



Emprende post COVID19

Estudio de prospectiva

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

Finalizado en mayo de 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 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	3
METODOLOGÍA	5
Fase 1. Contextualización.....	5
Fase 2. Encuesta dirigida a empresas y personas trabajadoras autónomas.....	5
Fase 3. Panel de expertos de prestigio y agentes representativos del ecosistema emprendedor	7
Resumen metodológico	8
RESUMEN - CONCLUSIONES.....	9
SITUACIÓN DE PARTIDA	9
INQUIETUDES Y NECESIDADES MÁS INMEDIATAS.....	11
APOYO PÚBLICO NECESARIO	13
RETOS PARA AFRONTAR EL FUTURO.....	14
ESCENARIO ANTE LA NUEVA NORMALIDAD.....	19
Análisis internacional	19
España.....	22
Andalucía	35
Salida del confinamiento hacia la nueva normalidad.....	39
ENCUESTA EMPRENDE-COVID19	42
¿En qué situación se encuentra su negocio/actividad en la actualidad?.....	42
¿Se ha acogido a alguna de las actuales medidas extraordinarias?	48
¿Cómo se imagina que será el futuro inmediato de su negocio tras reanudar su actividad en situación de normalidad?.....	50
¿Qué cambios considera que deberá tomar para continuar con su actividad y asegurar la supervivencia cuando finalice el estado de alarma?.....	52
¿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?.....	55
¿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?.....	57
¿Qué tipo de ayuda/apoyo cree que es más importante para superar las necesidades más inmediatas?.....	61
¿Qué carencias ha detectado en su negocio que han supuesto un aprendizaje?	67
¿Necesitará reformas o adaptaciones?, ¿de qué tipo?.....	72
PANEL DE EXPERTOS.....	80
Situación de partida.....	81
Retos y necesidades de adaptación	83
Despegar con éxito y encontrar nuevas oportunidades	86
El papel de la Administración autonómica	89
Iniciativas y palancas para el desarrollo de Andalucía.....	91

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 desconocidas.

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, en el que han participado 21 personas, 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 reconocido prestigio**. Esta contextualización tiene gran importancia para el estudio, pues sirve como marco general en el conocimiento de la situación de partida y recoge diferentes fuentes y trabajos desarrollados por entidades de contrastada garantía. Para ello, se ha analizado la incidencia de esta crisis a nivel internacional, en España y en Andalucía. 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 internacional.

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 2.859 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 proviene 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.

Provincia	% de empresas/autónomos
Almería	5,11 %
Cádiz	9,44 %
Córdoba	8,85 %
Granada	9,65 %
Huelva	4,90 %
Jaén	6,78 %
Málaga	26,27 %
Sevilla	29,00 %
TOTAL	100 %

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, estructurada 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 21 personas**, contestando a 5 preguntas comunes y 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 1

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 expertos y agentes claves del ecosistema emprendedor

Entrevistas personalizadas con 5 preguntas abiertas sobre el objeto del estudio

Resumen - Conclusiones

Situación de partida

Las empresas se encuentran en una situación de vulnerabilidad muy elevada, sobre todo por la **gran incertidumbre** que tienen respecto a la duración de las medidas excepcionales y, especialmente, por el desconocimiento de las condiciones y retos a los que tendrán que enfrentarse una vez superadas las mismas.

El perfil de las empresas más afectadas por el estado de alarma es el de trabajo autónomo con pequeños negocios, de poca antigüedad, del sector servicios y sin empleados a cargo. De hecho, **el trabajo autónomo y los negocios unipersonales son especialmente los que mayor impacto han sufrido**, con situaciones de cese de actividad que roza el 70% de los casos.

- **Más del 56% de las empresas afirma haber paralizado su actividad** durante el período de alarma.
- Una mayoría muy amplia ha cerrado temporalmente y **4 de cada 10 negocios no ha desarrollado ningún tipo de actividad**, al no ser esenciales.
- **Las empresas que han seguido funcionando representan un 44%**, aunque un gran número lo hacen con una actividad muy reducida.
- **Solo el 7% sigue funcionando igual** que antes del inicio de la situación de confinamiento.

En cuanto al grado de afección y a la forma de abordar esta situación extraordinaria, hay una **gran diferencia entre sectores** y también entre empresas, dependiendo del tamaño y de la situación de estabilidad en la que estaban antes.

- El porcentaje de cierres es especialmente elevado en el **sector servicios** (más del 60%).
- El **sector primario** es el que ha resistido mejor, con un porcentaje de cierre del 34%, mientras que la **industria y la construcción** quedan por encima de 43%.

En general, las empresas van a ir reiniciando 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 estarán obligadas a acelerar ahora su digitalización o tendrán más dificultades para sobrevivir.

Durante estos dos primeros meses, la mayoría de las empresas se han mantenido, acogiéndose a algunas de las **medidas extraordinarias y ayudas** dispuestas por las diferentes administraciones.

- El **cese de actividad** ha sido la medida más tramitada, especialmente entre trabajadores autónomos. Un 57% de ellos afirma haber solicitado esta prestación.
- Las sociedades mercantiles se han acogido, principalmente, a **expedientes de regulación de empleo** (ERTE). Algo más de un 30% han acudido a esta medida.
- La solicitud de ayuda de 300€ de la **Junta de Andalucía**, aunque entró en vigor algo más tarde que el resto, es la 4ª medida que más han requerido los empresarios andaluces. Alrededor de un 20% de trabajadores autónomos la han solicitado.

El reinicio va a ser complicado, y las empresas se van a encontrar con dificultades comerciales por la parálisis temporal o por la reducción de otros sectores de actividad a los que están vinculadas. La forma en la que cada empresa pueda volver a una verdadera "normalidad" dependerá de sus capacidades de liderazgo, de la financiación disponible para necesidades de tesorería, de la capacidad de adaptación hacia la transformación digital, y de la evolución hacia nuevos modelos de negocios orientados a la cooperación con el ecosistema emprendedor.

Los sectores más afectados son aquellos con clientes locales o que dependen del turismo y el comercio minorista, cuyas ventas o servicios han de hacerse de forma presencial con el consumidor/cliente. También habrá cambios importantes respecto a las actividades de ocio y a la forma de consumir, que afectarán fundamentalmente al turismo, hostelería, alojamiento, comercio, servicios profesionales, talleres, etc. Estos sectores son, junto con la agricultura, los de más

peso en Andalucía y, sin duda, pasarán por serias dificultades que acabarán con el cierre de aquellas que no estén suficientemente capitalizadas o no sean capaces de pivotar y adaptarse rápidamente a la nueva situación.

- Un 96% de las empresas y autónomos considera que el futuro más inmediato va a conllevar **cambios** necesarios en sus negocios, respecto a la situación pre-covid19.
- En este porcentaje se incluye un 11% que piensa en el **cierre definitivo**, porcentaje que en autónomos se eleva hasta el 13%
- El año 2020 se ve ya como un año "perdido" y de transición hacia el 2021, aunque solo un 5,2% piensa que tendrá que **reducir su plantilla**.

Inquietudes y necesidades más inmediatas

El principal reto va a ser la necesaria adopción de **medidas sanitarias, de seguridad e higiene** en el trabajo, tanto en establecimientos como para los empleados y clientes. Junto a ello será necesario ir avanzando en la **adaptación de los procesos** a través de medios digitales.

- Un 50 % de las empresas prevén realizar **inversiones en material sanitario, de higiene y EPIS**, para mejorar la seguridad de los empleados y su relación con los clientes.
- Un 70% de las empresas afirman que se verán obligadas a hacer **reformas y/o adaptaciones** en sus negocios.
- Hay un 20% de personas que no han pensado aún que necesitarán sus negocios y **esperarán a tener mayor información** para tomar las decisiones.

La preocupación más inmediata es la supervivencia de la cuenta de explotación y la liquidez, ya que esta puede ser una de las mayores causas que lleven a empresas y autónomos al cierre. Hay gran **inquietud por poder hacer frente a pagos corrientes** como alquileres, seguridad social, etc., y acometer aquellas inversiones necesarias para las adaptaciones a las nuevas exigencias. Por ello, es muy importante trabajar **para recuperar la confianza** y, en la medida de lo posible, la demanda.

Entre las necesidades más inmediatas, las empresas también contemplan la **optimización tecnológica** a través de la digitalización de los procesos, y la implantación de **procesos más ágiles y flexibles**.

- Una de las mayores preocupaciones es **no perder clientes** y poder volver a los niveles de demanda anteriores. En una escala de 1 sobre 5, las sociedades mercantiles puntúan esta cuestión con unas 4,17 seguidas de los autónomos con 4,11, y las empresas de economía social (4,10).
- Las **personas en alta como autónomas** también dan gran importancia a la necesidad de adquirir material de protección e higiene (3,69 sobre 5), el desconocimiento e incertidumbre existentes ante las nuevas normas y obligaciones (3,50) y posibles problemas de desabastecimiento, con 2,65 puntos.
- A las **sociedades mercantiles** les preocupa especialmente la falta de financiación para acometer inversiones (3,66) y contar con trabajadores cualificados (2,44). Mientras que a las empresas de economía social, les preocupa más que al resto la formación en nuevas tecnologías (3,05).
- Los **trabajadores autónomos** indican, además, que su principal carencia es el disponer sólo del canal directo en el trato con el cliente y a las empresas de **economía social** la falta de renovación en sus equipos, programas y aplicaciones.

Las empresas han entendido que deben pararse a pensar para **identificar las adaptaciones** a las que hacer frente para mantener o ganar competitividad; que 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

Apoyo público necesario

Sin duda, el **apoyo de todas las administraciones públicas** en la agilización de trámites administrativos y en el acceso a financiación, será fundamental. Un elemento clave será dar **facilidades fiscales y acceso al crédito** para las empresas. En estos momentos se necesita una Administración ágil y resolutiva, que vaya reduciendo la dependencia que se ha ido generando en esta situación extraordinaria. Las **ayudas directas** también seguirán siendo necesarias para aquellas empresas que acometan inversiones para poder adaptarse a las nuevas exigencias de seguridad e higiene, o que deban hacer frente a problemas inmediatos de liquidez. Pero será básico atender estos compromisos de forma puntual, porque las empresas no pueden financiar sus propias ayudas.

- El 64% de las empresas consideran las **bonificaciones de las cuotas a la Seguridad Social como las ayudas más trascendentales**.
- Las ayudas para el **sostenimiento de rentas** son valoradas como muy importantes por un 50,33%; y las **ayudas financieras** para inversiones, por un 44,68%.
- Afrontar la **falta de liquidez** es una necesidad que un 39,10 % de las empresas valora muy alto, por lo que solicitan apoyo financiero e incentivos para el fomento de las ventas y la reactivación de las operaciones, afrontar gastos corrientes y empezar a generar ingresos.
- Las **ayudas financieras para inversiones y adaptación de negocios** son prioritarias para todas las empresas de economía social, mientras que son valiosas para el 16,72 % de sociedades mercantiles, y 15,68% de autónomos.

Además, se necesitará un **apoyo específico destinado a los ecosistemas emprendedores** al objeto de facilitar la generación de start-ups con capacidad de crecimiento, innovación y expansión internacional. La mejor estrategia, pasa por mantener y potenciar los servicios ya existentes, como las incubadoras, aceleradoras, parques científico-tecnológicos, etc., con apoyo a la escalabilidad de los proyectos.

Las pymes y autónomos van a necesitar un buen servicio de **apoyo técnico y asesoramiento**, para gestionar trámites y normativa, revisar sus proyectos de negocio para mejorar eficiencias y, en muchos casos, reorientar de forma

temporal o definitiva sus actividades hacia nuevos nichos de negocio. Para ello, la Administración ha de contar con buenos equipos técnicos, que sean facilitadores y conectores, formados por personas cualificadas y comprometidas.

Será importante que la Administración genere el clima de confianza necesario para que se impulse la demanda y, especialmente, que fomente los espacios de **colaboración público-privada**. A partir de ahora, el **conocimiento y la planificación** serán elementos básicos para realizar planes y estrategias realistas y realizables, contando con todo el ecosistema, para la reactivación económica de Andalucía.

Retos para afrontar el futuro

La transformación hacia un entorno digital será probablemente el reto más importante que tendrán que afrontar la mayoría de las empresas a medio y largo plazo. 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.

Habrá que ver a **la tecnología como un gran aliado** para poder retomar la actividad dentro de la llamada nueva normalidad. Los desafíos más inmediatos serán la optimización tecnológica, a través de la digitalización de los procesos, y la implantación de metodologías ágiles.

- Un 28% de las empresas creen que para adaptarse al nuevo escenario económico tendrán que realizar **inversiones en nuevas tecnologías** en un intento de potenciar la digitalización de sus negocios.
- Un 10% cree que realizará **cambios sustanciales**, incluso reinventándose e innovando, para poder continuar con la actividad empresarial y cubrir necesidades impuestas por cambios en la normativa, hábitos, gustos, y preferencias de los clientes.
- La **cantidad media que las empresas estiman que tendrán que invertir**, atendiendo a su forma jurídica, es de 52.149 euros en sociedades mercantiles, 30.500 euros en empresas de economía social, y 8.609 euros en el caso de negocios de autónomos.

Se estima que la digitalización tendrá una **orientación principal** a ventas y acceso a mercados, y en segundo lugar, a la comunicación activa y segura, con trabajadores, clientes y proveedores, trabajando en entornos digitales compartidos.

Por otro lado, será más fácil para quienes implanten **metodologías ágiles y lean**, que aporten capacidad de adoptar decisiones rápidamente para adaptarse a la nueva normalidad, simplifiquen todo aquello que no añada valor y siempre que sea posible, reorienten la comercialización.

- Una amplia mayoría piensa que los principales cambios van a estar provocados por las **modificaciones en las formas de trabajar** y las adaptaciones obligadas a las nuevas normativas y recomendaciones higiénico-sanitarias. Alrededor de un 50% de las empresas consideran que tendrá que adaptar en este sentido
- En un segundo término se señala el reto de adoptar **nuevas medidas de gestión y de innovación** empresarial. Son un conjunto de medidas que están vinculadas a la digitalización, el marketing y a una nueva comunicación con el cliente. Un 25% de empresas apuesta por cambios en esta línea.

El **teletrabajo** también es un reto que ya no tiene marcha atrás. Esta forma de desempeño ya no se plantea como una opción, sino como una nueva forma de relación laboral que cada vez tendrá más implantación.

- El teletrabajo ha sido muy poco utilizado por las empresas, especialmente en el caso del trabajo autónomo en el que **apenas un 8% ha seguido trabajando gracias al trabajo a distancia.**

Tras los primeros compases de “normalización”, tendrán mayores posibilidades aquellas empresas menos acomodadas, lideradas con talento creativo, con capacidad de innovar y de aplicar nuevos métodos más eficientes, como lean, incluyendo el teletrabajo y los canales digitales de distribución. Estas serán las **más resilientes** a un cambio de paradigma.

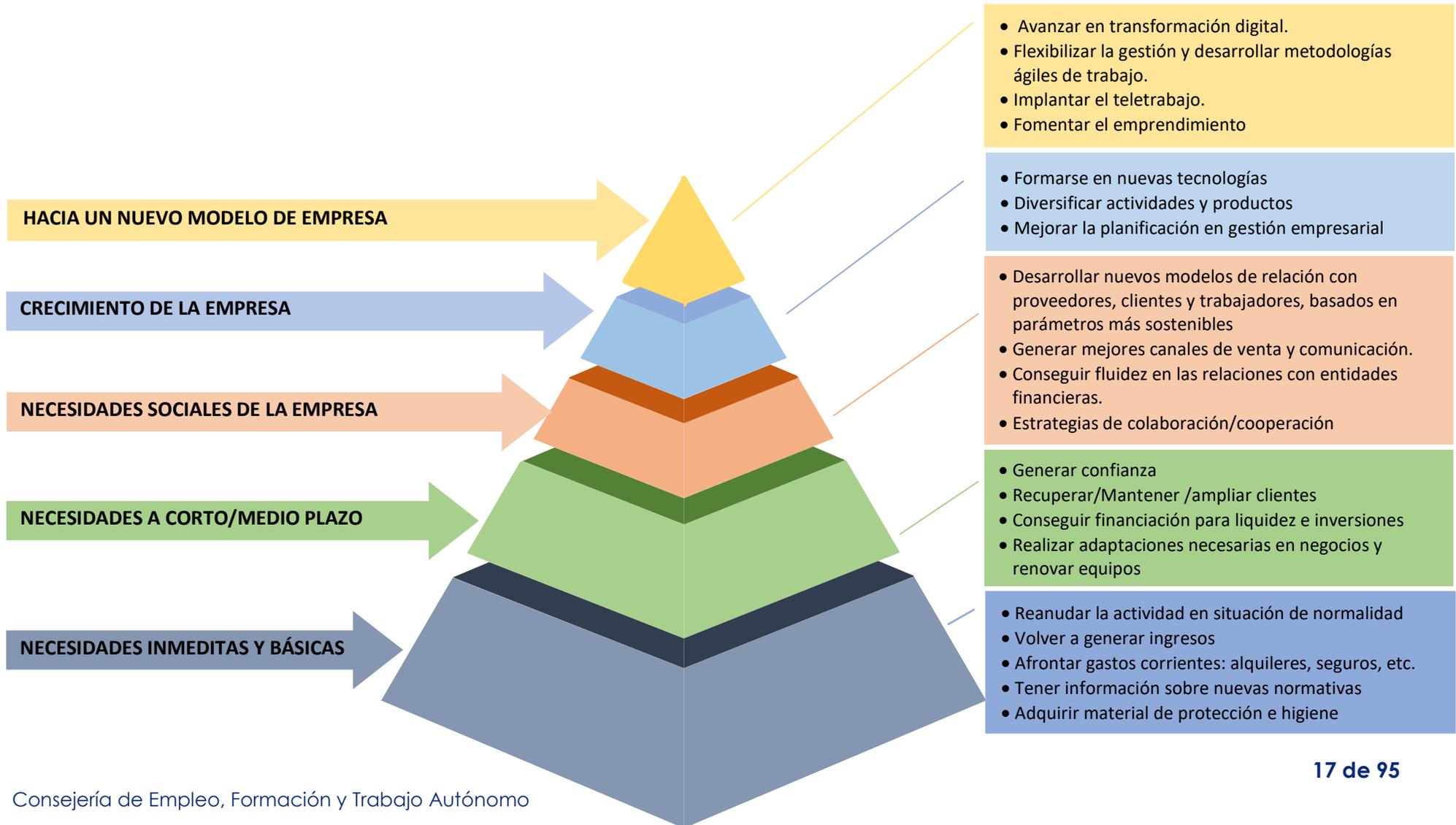
Hay tres medidas que las empresas identifican como prioritarias para **afrentar con éxito su adaptación a los nuevos escenarios:**

- Conseguir **negocios más flexibles, ágiles y resistentes**, capaces de responder con solvencia a entornos cambiantes, reconocido por el 14,72% de las empresas. Por sectores económicos, destaca la construcción con 16,25%, industria (15,24%), servicios (14,64%) y primario (13,40%).
- **Apostar por un cambio o diversificación de la actividad desarrollada**, introduciendo nuevos servicios/productos, destacado por el 14,66% de las empresas.
- **Potenciar el comercio electrónico y las ventas online**, haciendo que este canal de venta tenga un protagonismo cada vez mayor en las cifras de negocio (14,47%), como factor de competitividad en un futuro, lo que además va unido a una estrategia de venta a domicilio, eliminando intermediarios. Destacan el sector industrial con un 20,63 %, el primario con un 15,69%, el de servicios con 14,08%, y la construcción con un 9,89%.

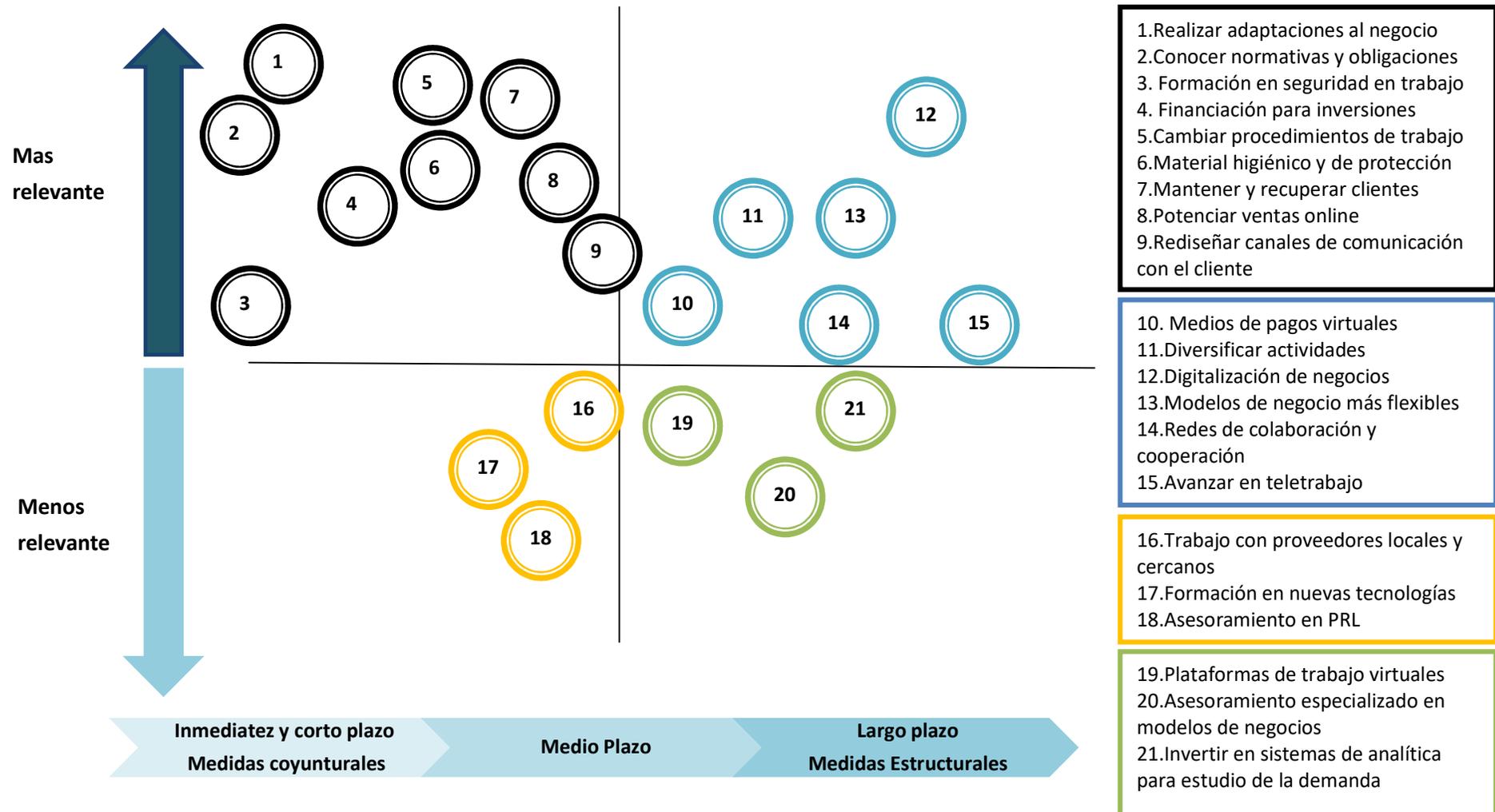
Probablemente algunos emprendedores puedan encontrar **nuevas oportunidades** de negocio tras este cambio, entre los que se encuentran todos los que sepan interpretar cuáles van a ser los requerimientos de la sociedad en cuanto a salud, ocio, alimentación, movilidad, arquitectura, construcción, moda, comunicación, etc. El mundo va a cambiar con nuevas obligaciones y necesidades, así como con nuevas formas de relacionarse o comprar, por lo que será muy importante estar atentos y tener la sensibilidad para identificarlas y atenderlas. Ahí estarán las oportunidades de éxito.

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.

PIRÁMIDE DE NECESIDADES DETECTADAS EN LAS EMPRESAS Y TRABAJADORES AUTÓNOMOS ANDALUCES



NECESIDADES DEL TRABAJO AUTÓNOMO ANDALUZ EN ESCENARIO POST-COVID19



Escenario ante la nueva normalidad

Análisis internacional

La propagación de la crisis sanitaria del coronavirus fuera de Asia constituye una perturbación de inusitada virulencia, que ha cambiado bruscamente la trayectoria de nuestra economía. La propagación global del Covid-19 y la adopción de medidas extraordinarias para paliar sus efectos sobre la salud pública, tales como la paralización de parte de la actividad económica y el confinamiento de la población, están teniendo un **impacto contractivo muy severo sobre el PIB y el empleo en todo el mundo**.

A estas alturas, no existe nada en el mundo que no haya sido afectado por la crisis sanitaria derivada de la pandemia. A escala macro, diversos países aún batallan para mantener la estabilidad política, social y económica. A nivel local, las personas se ajustan a un **nuevo estilo de vida** en casa donde confluyen el trabajo, la familia, así como su bienestar físico-emocional, lo que sin duda ha transformado, entre otras cosas, sus hábitos de consumo, limitándose principalmente a comprar solo aquello que consideran indispensable.

El origen de esta situación se focalizó en China, país cuya economía representa a nivel mundial el 17% del PIB, el 11% del comercio, el 9% del turismo y más del 40% de la demanda de algunos productos. Por lo tanto, **las repercusiones negativas para el resto del mundo están siendo considerables**, por lo que las previsiones de crecimiento de los analistas para este año han comenzado a revisarse sustancialmente a la baja.

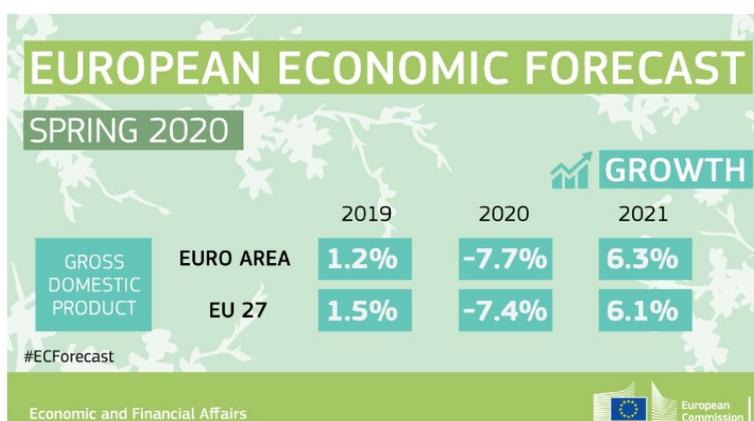
Goldman Sachs¹, en el pasado mes de marzo, revisó las previsiones económicas para 2020 en Europa. Según la entidad, el peor dato entre las principales economías del euro será para Italia, cuya economía caerá un 11,6% este año y repuntará un 7,9% en 2021, seguida de España que se hundiría en un 9,7% para acelerarse hasta el 8,5% en el año siguiente. Alemania y Francia registrarán contracciones del 8,9% y del 7,4%, respectivamente, mientras que para 2021 crecerán un 8,5% y un 6,4%. De esta forma, el

¹ Uno de los grupos de banca de inversión y de valores más grande del mundo.

conjunto de la zona euro experimentará una contracción anualizada del 9%, mientras que la recuperación de 2021 se situará en un crecimiento del PIB del 7,8%.

La **OCDE** anunció a principios de marzo que la economía mundial crecerá en 2020 la mitad que en 2019 en el peor de los escenarios (un 1,5 frente al 3,2 del año pasado) y el **FMI** pronostica que a nivel mundial el recorte en la previsión de crecimiento ha sido de 6,3 puntos, estimando una **caída real del PIB** del 3% en 2020, la mayor caída desde la Gran Depresión de 1930.

La **Comisión Europea (CE)**, en su Pronóstico Económico de Primavera 2020², reconoce que **la UE sufrirá la mayor recesión de su historia**. Las medidas de confinamiento e hibernación puestas en marcha provocarán un desplome de la actividad en el primer semestre, si bien se anticipa una vuelta a crecimientos positivos en la segunda parte del año. La CE reconoce que el impacto de la crisis y la intensidad de la recuperación no será homogéneo por países y que la mayoría de ellos no lograrán recuperar los niveles de PIB pre-Covid en el horizonte de previsión (2020-21). En este sentido, estima que la eurozona caerá un 7,7% en 2020, para crecer un 6,3% en 2021, cifras muy similares a las que maneja para la UE.



La **Organización Mundial del Comercio (OMC)** estima que el volumen del comercio internacional caerá entre un 13% y un 32% en 2020. Casi todas las regiones sufrirán en 2020 disminuciones de dos dígitos del volumen del comercio, y las exportaciones se verán especialmente afectadas en América del Norte y Asia. Los sectores caracterizados por la

² Comisión Europea. 6 de mayo de 2020. https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/economy-finance/ip125_en.pdf

complejidad de las cadenas de valor, sobre todo en el caso de los productos electrónicos y de la industria del automóvil, así como el comercio de servicios, sentirán más las consecuencias de esta situación económica debido a las restricciones al transporte y los viajes.

El promedio semanal de negocios creados se redujo globalmente un 17% en la semana del 16 de marzo y cayó un 23% en la semana del 30 de marzo, en comparación con los promedios mundiales para esas semanas en años anteriores.



Fuente: Actualización semanal. HubSpot³.

El profesor de IESE Business School, Nuno Fernandes⁴, destaca que en esta ocasión, a diferencia de anteriores crisis, estamos ante una **“crisis única”**, puesto que se ha producido *“una caída combinada de oferta y demanda agravada por una variedad de factores tales como la naturaleza global de la economía mundial, el papel clave que juega China, y unos tipos de interés iniciales bajos, que hacen que los bancos centrales tengan poco margen para activar medidas de estímulo monetario que pudieran ayudar a mantener los riesgos que se avecinan”*.

³ Datos clave: cómo COVID-19 afecta el rendimiento de las ventas y marketing.

<https://blog.hubspot.es/marketing/datos-benchmark-covid-19>

⁴ **Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. Nuno Fernandes. Marzo.2020.**

https://mediaroom.iese.edu/wp-content/uploads/2020/03/Fernandes-Nuno_20200322-Global-Recession-is-inevitable.pdf

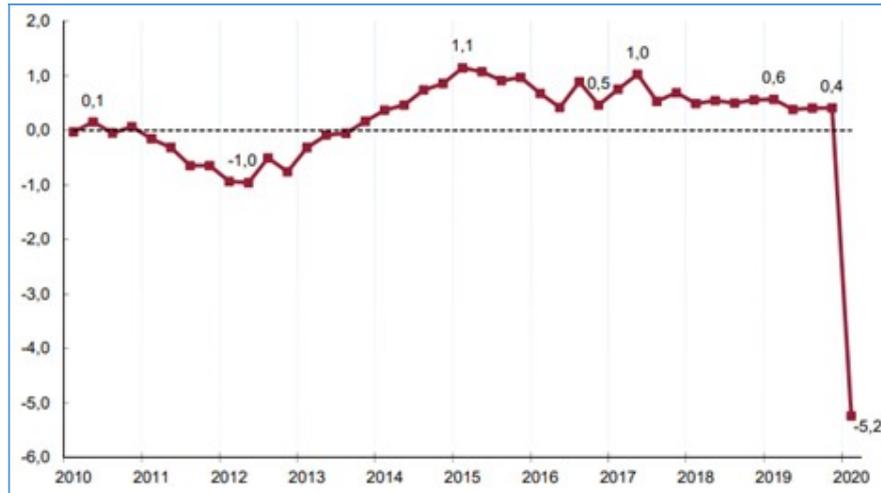
La alteración de la actividad y la pérdida de puestos de trabajo han dado lugar a una **pronunciada contracción de la demanda interna**. A esta perturbación hay que sumar la procedente del exterior, en la medida en que se han observado desarrollos similares en el resto de los países, lo que ha dado lugar a un profundo debilitamiento de la demanda de bienes y servicios procedentes del resto del mundo y a una interrupción de las cadenas globales de valor, así como al cese de los flujos turísticos.

Fernández afirma que los costes económicos de la crisis **afectarán a algunos sectores más que a otros**, y serán las economías orientadas al sector servicios las que más se resientan y en las que habrá más empleos en riesgo. Países como Grecia, Portugal y España, que dependen más del turismo (+15 % del PIB), se verán más afectados por esta crisis, y los países cuya economía depende más de las exportaciones sufrirán especialmente.

España

El detalle por países del Pronóstico Económico de Primavera 2020, de **la Comisión Europea**, también pone cifras a la **grave recesión** a la que está abocada la economía española por la crisis del Covid-19. Bruselas prevé que el PIB sufra 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. Estas previsiones están en línea con las presentadas por el Gobierno español (-9,2% y +6,8%, respectivamente) y son algo más pesimistas que las del FMI (-8% y +4,3%).

Según el **Instituto Nacional de Estadística**, en el primer trimestre de 2020, el **PIB español** ha registrado una variación del -5,2% respecto al trimestre anterior en términos de volumen. Esta tasa es 5,6 puntos inferior a la registrada en el cuarto trimestre.



Fuente: Tasas de variación inter-trimestral (%) del Producto Interior Bruto en España. INE.

<https://www.ine.es/daco/daco42/daco4214/cntr0120a.pdf>

El INE también publicó el 30 de abril el avance de la Contabilidad Nacional correspondiente al primer trimestre del año. Las cifras recogen ya los efectos de las medidas de confinamiento en la segunda mitad del mes de marzo, por lo que sólo las últimas dos semanas estarían afectadas de forma severa por la epidemia, pudiendo considerar la mayor parte del trimestre como “normal”.

A pesar de esto, las cifras muestran el **alfísimo impacto de las medidas de confinamiento** durante esas dos semanas. El PIB en términos intertrimestrales cae un 5,2%, la mayor caída de su historia. Se derrumba el consumo de los hogares (-7,5%) y la inversión (-5,8%), con especial hundimiento de la demanda de construcción (-9,6%). Sólo aumenta el gasto de las administraciones Públicas (+1,8%). Y **se contrae fuertemente el comercio exterior** con caídas del 8,4%, tanto de las exportaciones como de las importaciones.

Por el lado de la oferta, destacan las fortísimas caídas de actividades artísticas y recreativas (-11,2%), comercio, transporte y hostelería (-10,9%) y construcción (-8,1%). Como en todos los países, la industria (-2,7%) se comporta mejor que los servicios (-5,6%), mientras que sorprenden, en el lado positivo, las actividades financieras y de seguros (+1,0%).

En base a esos datos del INE, **KPMG** en su informe *El impacto económico del COVID-19 y la respuesta de política económica: Actualización hasta el 4 de mayo de 2020*, ha realizado una estimación de la **caída de actividad sectorial** durante el período de

confinamiento con los datos del primer trimestre. Los resultados de actividad por sector durante el confinamiento son los siguientes:

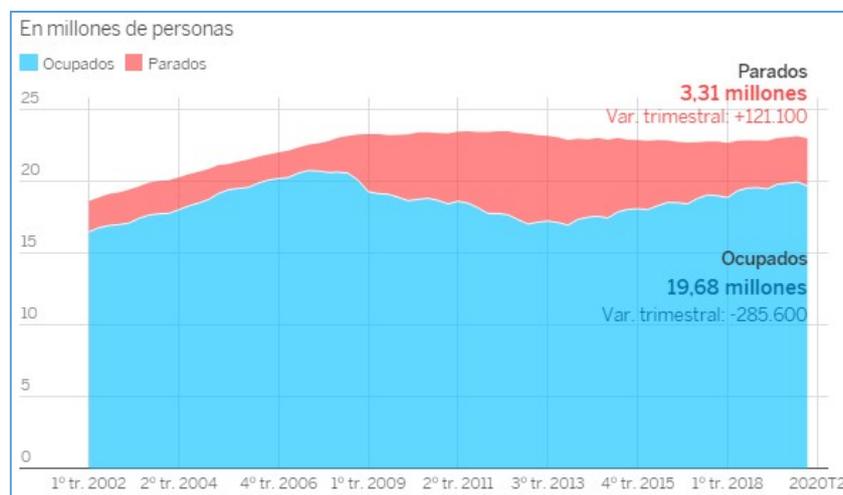
Agricultura, ganadería, selvicultura y pesca
Energía, minería y aguas
Industria Manufacturera
Construcción
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas; transporte y almacenamiento; hostelería
Información y comunicaciones
Actividades financieras y de seguros
Actividades inmobiliarias
Actividades profesionales, científicas y técnicas; actividades administrativas y servicios auxiliares
Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria; educación; actividades sanitarias y de servicios sociales

La **Comisión Europea**, en su informe de primavera para este año 2020, señala que, en España, el brusco deterioro de la actividad económica irá acompañado de 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.

El **Banco de España**⁵ también destaca que la reducción de la actividad productiva se va a notar con singular intensidad en el **mercado de trabajo**. El número de ocupados disminuye en 285.600 personas durante el primer trimestre, lo que supone un descenso del 1,43% respecto al trimestre anterior. En total, en España hay un 19,68% de trabajadores activos y ocupados. La ocupación ha caído mucho más en el sector privado que en el sector público. *“El paro parcial por razones técnicas o económicas o la suspensión por ERTE son las principales razones que explican este incremento”*, explica el **INE**. Durante el

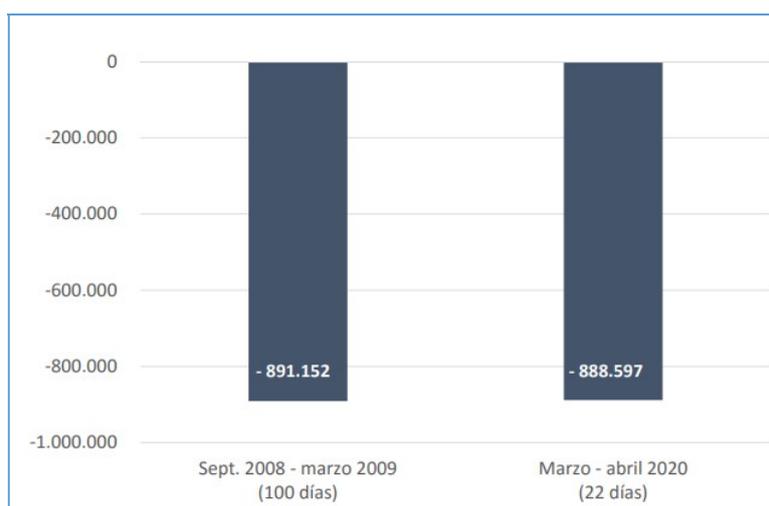
⁵ Escenarios macroeconómicos de referencia para la economía española tras el Covid-19. Boletín económico 2/2020.

primer trimestre más de 578.300 personas se vieron afectadas por **expedientes de suspensión temporal de empleo** o paros parciales, de modo que, aunque permanecen en situación de alta laboral en los registros de la Seguridad Social, no se encuentran trabajando en la actualidad.



Fuente: INE. Evolución del mercado laboral en España. Primeros trimestres anuales.

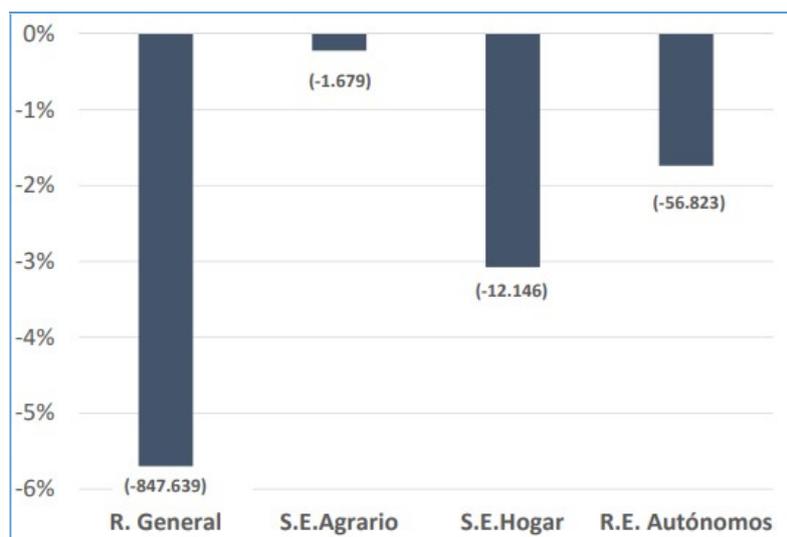
El **Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones**⁶ resalta que entre los días previos a la declaración del estado de alarma y el 31 de marzo, **la cifra de afiliados a la Seguridad Social disminuyó en casi 900.000 personas** (un 4,6 % del total).



Fuente: Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

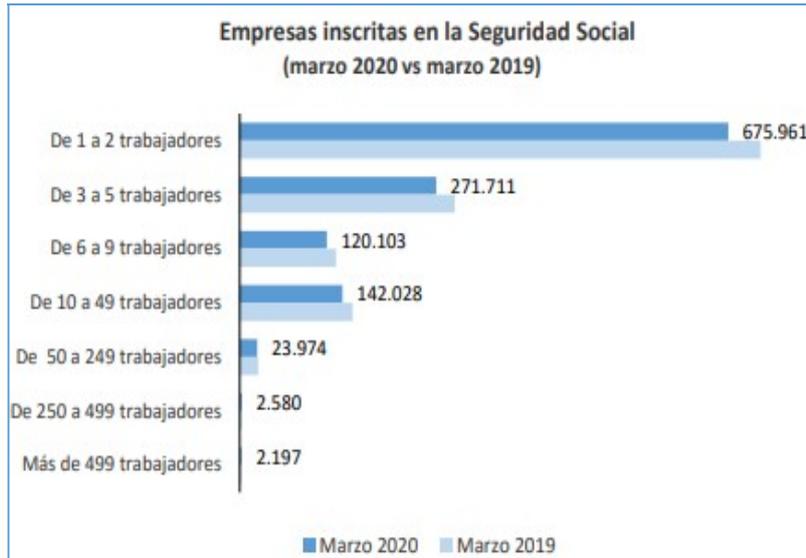
⁶ Comisión de Trabajo, Inclusión, Seguridad Social y Migraciones del Congreso de los Diputados. 15 de mayo de 2020.

Asimismo, la **caída de afiliación en los diferentes regímenes** muestra que ha sido menor en el **Régimen de Trabajadores Autónomos (RETA)**. A 31 de marzo de 2020 había un total de 3.252.517 personas trabajadoras autónomas, un 0,17% autónomos menos (-5.380) que la registrada en el mes de febrero de este año. A 15 de abril, según datos aportados por el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, ya había 56.823 personas menos afiliadas al RETA.

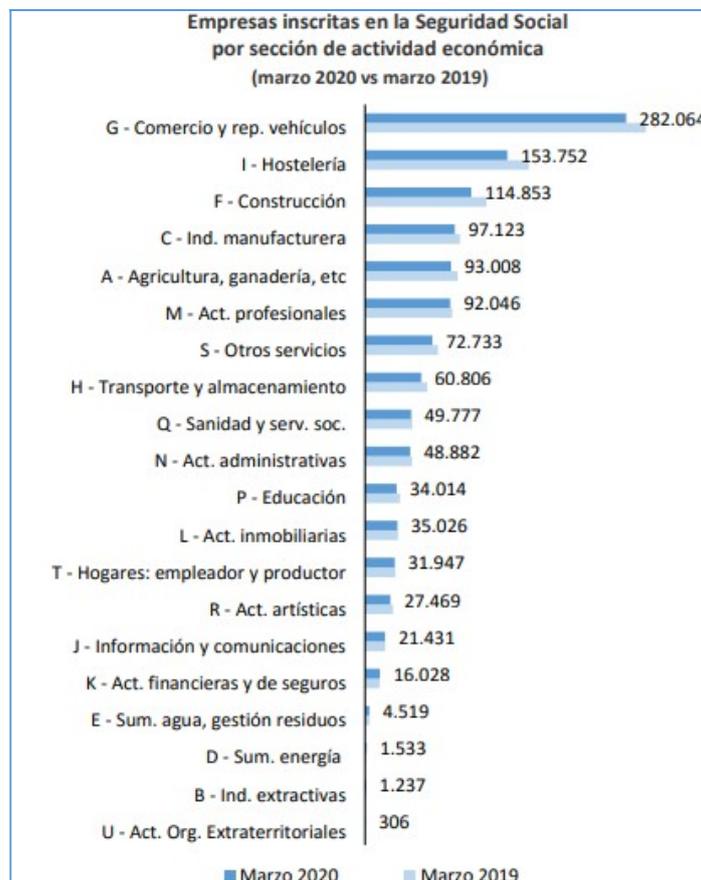


Fuente: Caída por regímenes de afiliación desde 12 de marzo al 15 de abril
Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

A finales de marzo de 2020 el número de empresas inscritas en la Seguridad Social con trabajadores fue de 1.238.554, lo que supone un descenso del 7,4 % respecto al mismo periodo del año anterior (99.141 empresas menos). **El total de empresas con trabajadores disminuye** en todos los intervalos, y en términos absolutos el mayor descenso se produce en las empresas de 1 a 2 trabajadores y en las de 3 a 5 trabajadores, que disminuyeron su número en 44.879 y 26.002, respectivamente.

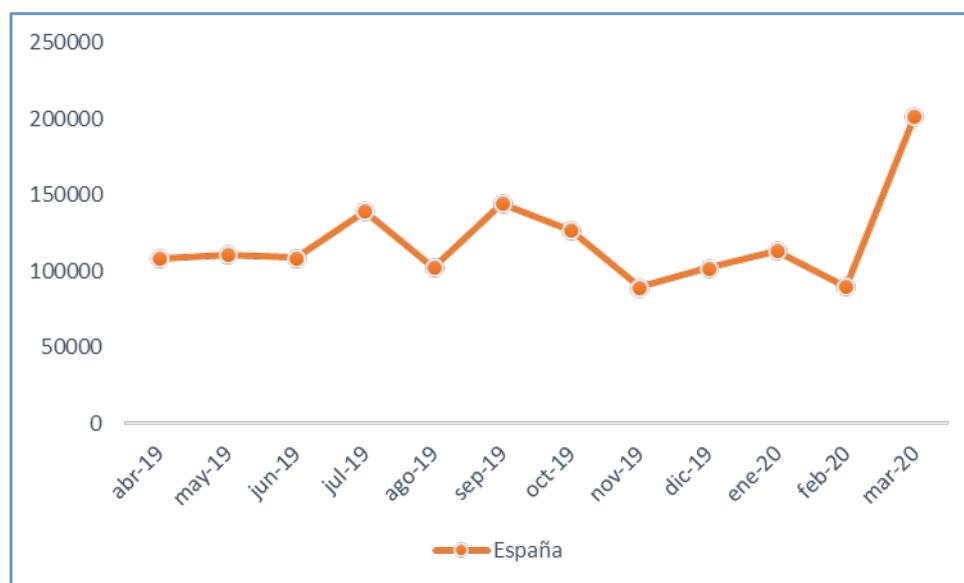


Por **sectores económicos**, el comercio y la hostelería han sido las actividades que más han disminuido debido a que han sido las que tuvieron que interrumpir su actividad con la entrada en vigor del RD 463/2020 de 14 de marzo.



Fuente: Estadística de empresas inscritas en la Seguridad Social. Marzo 2020. MISSM.

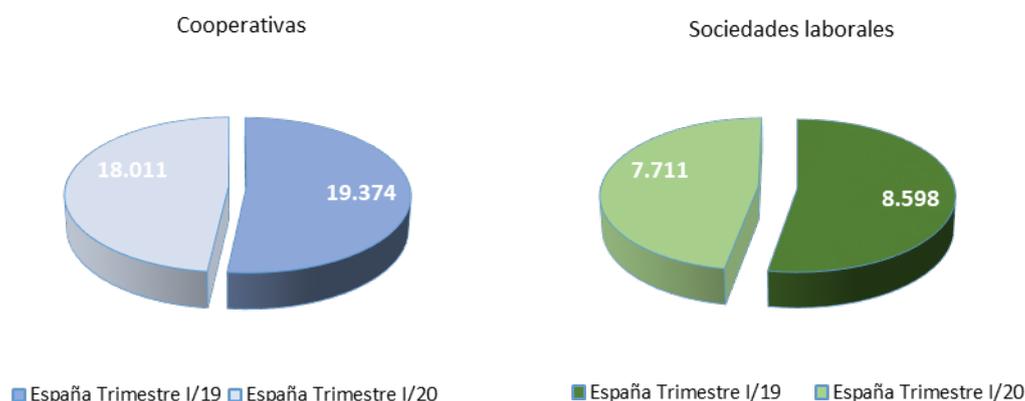
Otro indicador que muestra claramente la **incidencia negativa en la economía y el mercado laboral de España**, es el relativo a los **Códigos de Cuentas de Cotización**⁷ que la **Tesorería General de la Seguridad Social** asigna a los empresarios y demás sujetos responsables del pago de cuotas al Sistema de la Seguridad Social. A finales de diciembre de 2019, en la Seguridad Social había contabilizados un total de 1.481.166 códigos de cuentas de cotización, registrándose a finales de marzo de 2020, un global de 1.359.821, lo que implica una pérdida de 121.345 y un descenso porcentual del 8,19%.



Fuente: Evolución bajas Cuentas de Cotización. TGSS.

Las **entidades de economía social** -cooperativas y sociedades laborales- **también se resienten** como consecuencia de la situación económica sobrevenida. Comparando el mes de marzo de 2020 con el de 2019, se aprecia una disminución del 10,3% en el número de sociedades laborales y un 7,04 % en cooperativas.

⁷ Se trata de un registro de todos los empleadores de España, en el que se incluye también a los autónomos con trabajadores a su cargo. De este modo, según la Tesorería General de la Seguridad Social, se considera baja a todo Código de Cuenta de Cotización que deja de tener trabajadores en alta laboral.



Fuente: Nº de cooperativas y sociedades laborales inscritas en la Seguridad Social.
 Ministerio de Trabajo y Economía Social.

En el **Estudio sobre Demografía Empresarial realizado por Informa D&B⁸**, el número de empresas creadas en España, bajó a partir del 17 de marzo, con la declaración del estado de alarma, aunque se observa un repunte el 27 de marzo.

Constituciones	2019	2020	Variación 2019-2020
Enero	8.118	7.894	-2,76%
Febrero	9.428	8.574	-9,06%
Marzo	9.320	8.112	-12,96%
Total	26.866	24.580	-8,51%

Fuente: Informe D&B.

El total de **empresas creadas** en marzo ha sido 8.112 empresas, un **13% menos que las que se crearon en el mismo mes del pasado año**, y un 5% menos que el mes de febrero de 2020. Esta bajada en el número de creaciones afecta a todas las comunidades españolas, y en particular, son Andalucía, Valencia y Cataluña las que sufren los mayores recortes en valor absoluto, con 356, 157 y 154 constituciones menos cada una. En este sentido las creaciones han sido de 1.228, 900 y 1.581 respectivamente. Unas cifras que solo son superadas por las 2.128 de Madrid, que pierde un 2%.

⁸ Informa D&B. www.informa.es

Por sectores económicos, la construcción y actividades inmobiliarias y el comercio es donde más empresas se constituyen en el primer trimestre de 2020, 5.257 y 4.685 respectivamente, siendo en estos en los que también se registra en marzo el descenso más elevado, construcción un 12%, resta 237, y en comercio un 17%, 300 menos.



Fuente: Evolución diaria de constituciones en marzo 2020. Informe D&B.

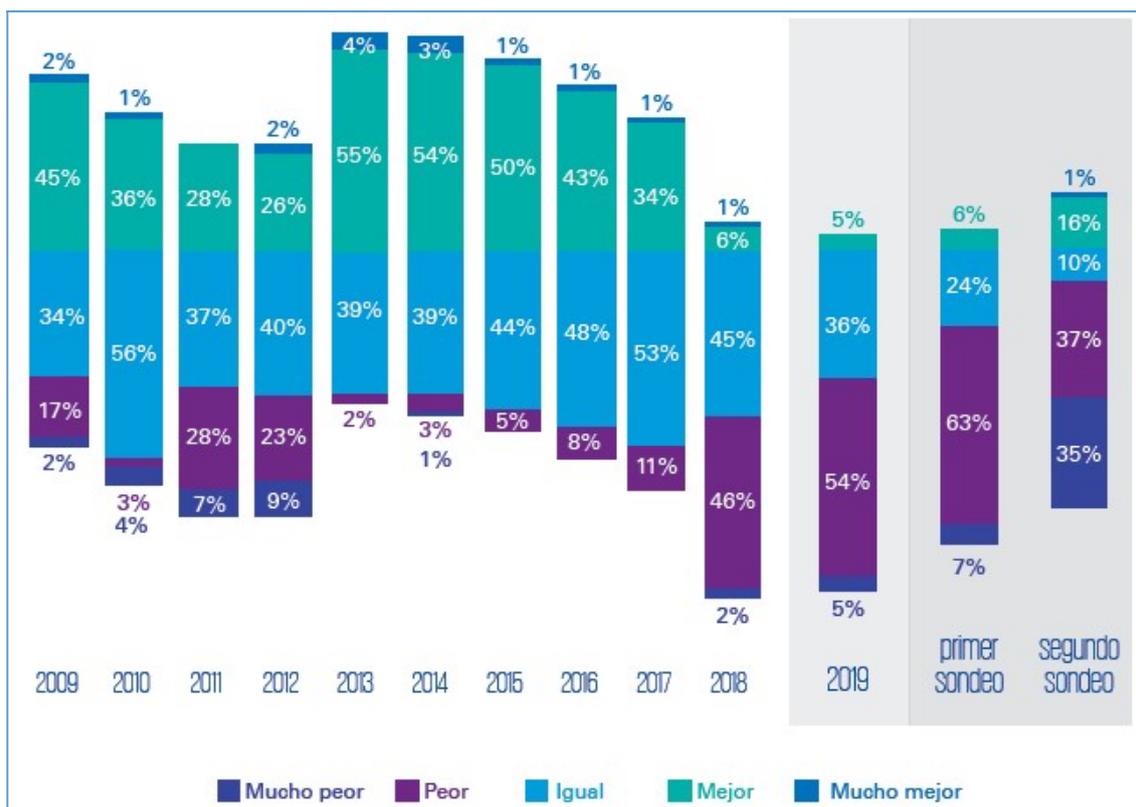
Aunque el escenario planteado por la extensión del coronavirus está sujeto a una enorme incertidumbre, resulta prioritario y necesario, analizar y conocer la valoración del impacto que hace el tejido empresarial de la delicada situación económica actual ya que su respuesta debe ser rápida y clara, anticipando escenarios y adoptando medidas que minimicen los efectos del confinamiento en su actividad empresarial. Sin embargo, el brote de COVID-19 también ha afectado a la capacidad de las autoridades estadísticas para recopilar y procesar datos de la manera tradicional. Debido al **desfase temporal en la elaboración de indicadores** que se utilizan como referencia, las estimaciones que analistas e instituciones económicas y financieras están haciendo para poder anticiparse a las consecuencias económicas que esta situación tendrá en la economía mundial se basan en comparaciones históricas como la del SARS (2002/3) y la crisis financiera de 2008/9, y los resultados obtenidos a través de **herramientas de investigación descriptiva** (encuestas, entrevistas, paneles de expertos...).

El Informe de KPMG y CEOE, *La empresa española ante el Covid-19: Actualización perspectivas 2020*⁹, recoge el impacto del COVID-19 a través de la percepción que tiene la empresa española de la coyuntura económica nacional y, sobre todo, en sus expectativas para los próximos doce meses. **El empresariado español empeora su valoración de la situación económica actual**, así como de sus previsiones para dentro de 12 meses, a medida que los efectos de la pandemia se hacen más visibles. El 53% la considera mala o muy mala, frente al 9% de la quincena anterior. Solo el 13% considera que es buena.

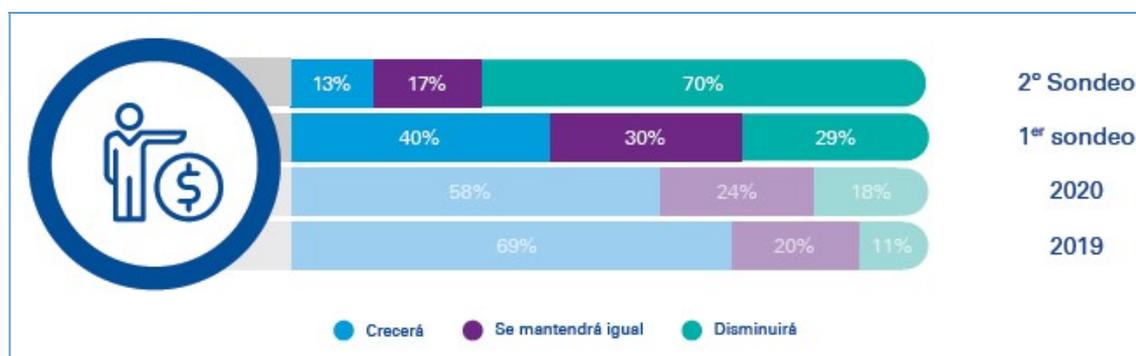
Por su parte, **las expectativas de facturación, contratación e inversión se reducen notablemente** y los planes de internacionalización se moderan, aunque la mitad de los encuestados mantendrá invariable su presencia internacional.

A mediados de marzo de 2020, el 40% de los empresarios y directivos encuestados anticipaba que su facturación crecería a lo largo del año 2020, sin embargo, a finales de ese mes, el 70% consideraba que su facturación se vería reducida en 2020, frente al 29% de la quincena anterior, lo que supone un incremento de más de 41 puntos porcentuales. En el extremo contrario, solo un 13% prevé que crecerá frente al 39% de hace dos semanas.

⁹ **Perspectivas España 2020 - Actualización COVID-19-2º sondeo**. El informe recoge los resultados de una encuesta realizada en dos fases: 9 al 11 de marzo y 24 al 26 de marzo a directivos y empresarios españoles de 25 sectores económicos.



Fuente: Evolución de las perspectivas de la situación económica española a 12 meses. Encuesta KPMG&CEOE. 24-26 de marzo de 2020



Fuente: Figura 2. Comportamiento esperado de la facturación de su empresa en 2020. Encuesta KPMG&CEOE. 24-26 de marzo de 2020

Los datos recogidos en el **Barómetro Empresarial: Covid 19 Impacto Económico, publicado por Deloitte** ¹⁰, van en esta misma línea. Así, el 58% de las empresas encuestadas **han reducido su facturación** durante el primer trimestre de 2020, de los que un 19% consideran que esa reducción será superior al 25%. En este caso el 15% considera

¹⁰ Barómetro de empresas. Impacto Covid. Encuesta a muestra de 207 empresas a nivel nacional. 12% en Andalucía.

que su producción/facturación no ha sufrido variaciones, posiblemente debido a la coincidencia de las medidas de confinamiento con el cierre del trimestre.

En una **encuesta¹¹ del Banco de España** realizada entre las empresas colaboradoras habituales de la Central de Balances de este organismo, casi el 80% de **las empresas españolas declara una reducción de su actividad** como consecuencia de la crisis sanitaria del Covid-19, y de ellas casi un 40% presenta caídas superiores al 60%, mientras que algo más del 9% de las empresas españolas habría registrado un aumento. Más de la mitad de las sociedades no financieras encuestadas declaran que la **disminución de la demanda** ha sido el factor que ha tenido un impacto fuerte o muy fuerte en su actividad, siendo esa proporción comparativamente más elevada en las empresas de servicios. Una quinta parte de las empresas encuestadas declara haberse visto afectada por las **dificultades experimentadas en el suministro** por parte de sus proveedores habituales, y una proporción similar apunta a los obstáculos para el cobro a sus clientes. En el caso de las dificultades de suministro, la incidencia es comparativamente mayor en las empresas industriales, reflejando la interrupción de las cadenas de producción, tanto en sus eslabones nacionales como en los de otros países, en parte inducida por el cierre de actividades y por las trabas al transporte.

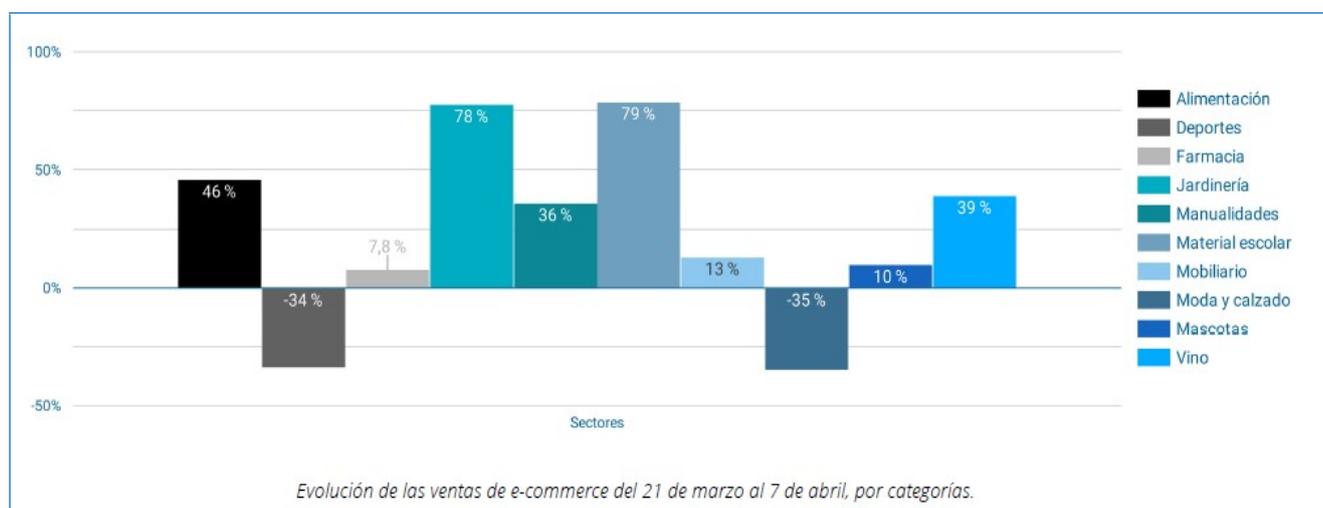
Las medidas adoptadas para frenar la expansión de la pandemia han obligado al **uso masivo de activos digitales** a todos los niveles, generando nuevas tendencias de uso y añadiendo nuevos usuarios a la práctica totalidad de los negocios digitales. Parece ser que la vida en tiempo de COVID ha evidenciado que **las empresas digitalizadas han podido organizarse mejor** para ser resilientes en este nuevo escenario, y que no deja ser una realidad que pone de manifiesto la tremenda importancia del canal digital en las ventas, comunicaciones y operaciones.

Durante los dos últimos meses, los consumidores están migrando hacia internet. Según el último **estudio sobre impacto del coronavirus en negocios digitales presentado por Flat101¹²**, las ventas en el sector de alimentación se incrementaron un 218,5%, el sector

¹¹ <https://www.europapress.es/economia/noticia-casi-80-empresas-declara-reduccion-actividad-covid-19-aumento-banco-espana-20200420115754.html>

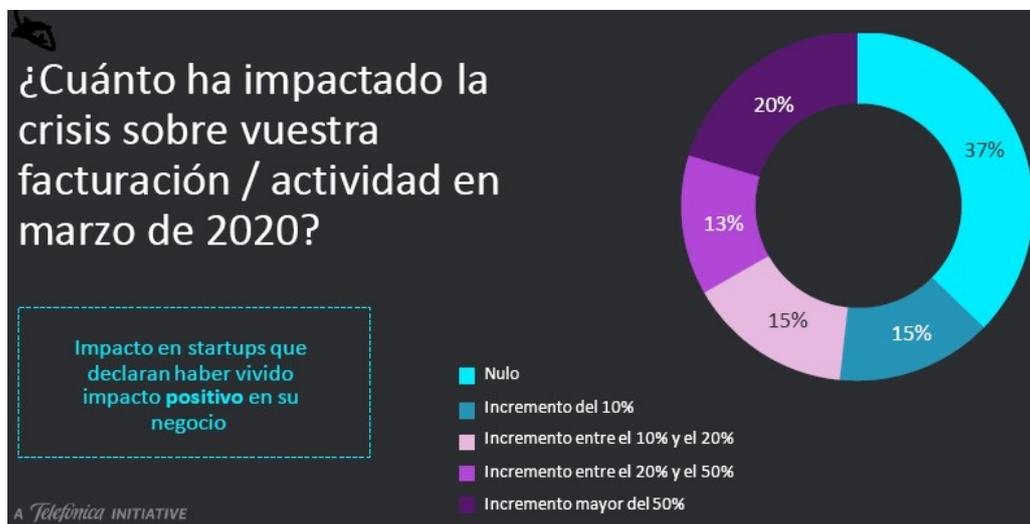
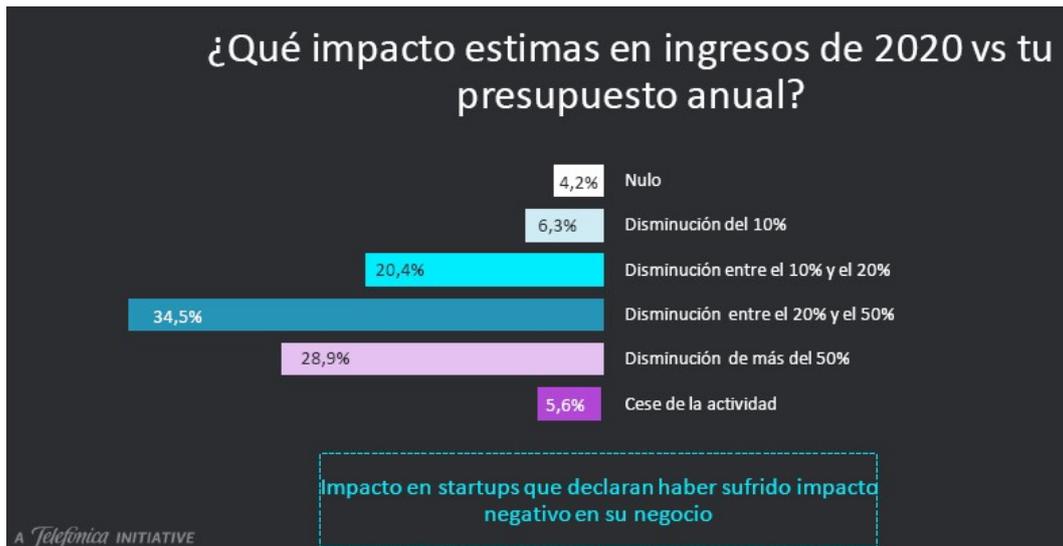
¹² Estudio: Impacto Covid-19 en Negocios Digitales - Datos, Tendencias y Análisis. Flat 101. Digital Business. Abril 2020

electrónica mostró un incremento del +138.5%, el consumo de material deportivo ha aumentado un 22,6%, el de belleza un 31%, y el comercio online se encamina hacia registros históricos. Con los desplazamientos limitados y muchas tiendas cerradas, se calcula que la demanda online ha subido cerca de un 80%. **Muchas pequeñas empresas han pasado a encontrar en la venta a través de sus tiendas online su principal fuente de ingresos**, y una forma para superar esta crisis. Se espera también que la logística de la mayoría de empresas se vea afectada por esta transición al nuevo mercado digital, ya que la supervivencia de muchos negocios, dependerá del éxito en este cambio estratégico.



En esta nueva realidad económica, el **estudio realizado por Wayra**¹³, señala que los fundadores de startups esperan más de un 50% de caída en sus ingresos (descenso de actividad comercial, suspensión de pagos, pérdida de clientes) respecto a lo previsto y una **mayor dificultad para financiarse en los próximos meses**. La gestión de la liquidez es la prioridad número uno para estas empresas. Para ello han adoptado medidas como la reducción de costes operativos, del número de empleados y de la inversión en marketing. Un 20% de las personas emprendedoras cree que no sobrevivirá si la situación de crisis severa se extiende más allá de 3 meses y el 5,6% piensa que cesará su actividad en breve aunque un 72% de las startups tiene previsto mantener o aumentar su número de empleados pese a esta situación en los próximos tres meses.

¹³ Estudio: Impacto económico Covid-19 en Startups. Wayra. Telefónica Initiative.



Fuente: Wayra. Telefónica Initiative

Andalucía

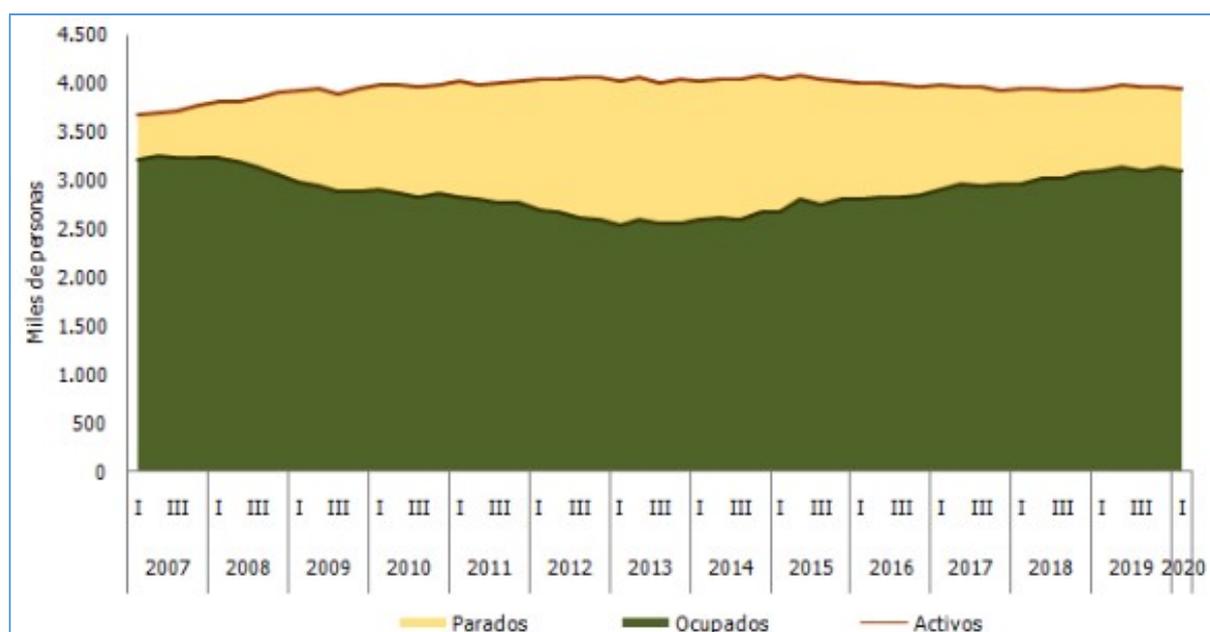
El rector de la Universidad Internacional de Andalucía (UNIA), José Ignacio García, coautor del Informe de la Fundación de Estudios de Economía Aplicada – FEDEA - señala que “la crisis afectará más a Andalucía por sus problemas estructurales en el mercado de trabajo” y que “el estado de alarma ha afectado ya a un millón de trabajadores andaluces. Más de 616.000 son las personas ocupadas en los sectores de actividad que se han visto paralizadas. A estos hay que sumar otros 405.000 trabajadores que solían ser contratados en los meses de alta actividad en la región y que no serán llamados”.

Por su parte, el catedrático Francisco Ferraro, presidente del Observatorio Económico de Andalucía, ha elaborado unas previsiones en las que considera que el PIB andaluz puede sufrir “una contracción superior al 15% en 2020, en el escenario más optimista”. A su juicio,

las mayores limitaciones para una recuperación inmediata vendrán por el lado de la demanda, tanto por la reducción de la externa -exportaciones y turismo-, como de la interna -consumo e inversión-Sin embargo, no cree que Andalucía deba sufrir más la crisis económica que el resto del país una vez superada la pandemia.

El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) señala que la economía andaluza ha experimentado en el primer trimestre un ajuste del -4,3% respecto al mismo periodo del año anterior, dos décimas inferiores al comportamiento del conjunto de la economía española, que fue del -4,1%.

En la explotación detallada que hace el IECA de la **Encuesta de Población Activa**, respecto al trimestre anterior **el número de ocupados disminuyó en Andalucía un 0,9%**, situándose en 3.107.200 (28.900 menos), lo que supuso que la tasa de empleo se situase en el 44,4%. En el primer trimestre del año el paro subió un 1,6% respecto al trimestre anterior, registrándose 836.700 personas paradas (12.800 más). Respecto al mismo trimestre de 2019, **el paro aumentó un 0,9%**, 7.200 parados más en un año. La tasa de paro en Andalucía aumentó 0,4 puntos respecto al trimestre anterior, situándose en el 21,2%. Se creó empleo respecto al trimestre anterior en el sector agrario (15.300 empleos más) e industria (12.000), y se destruyó en servicios (44.300 empleos menos) y construcción (11.900).

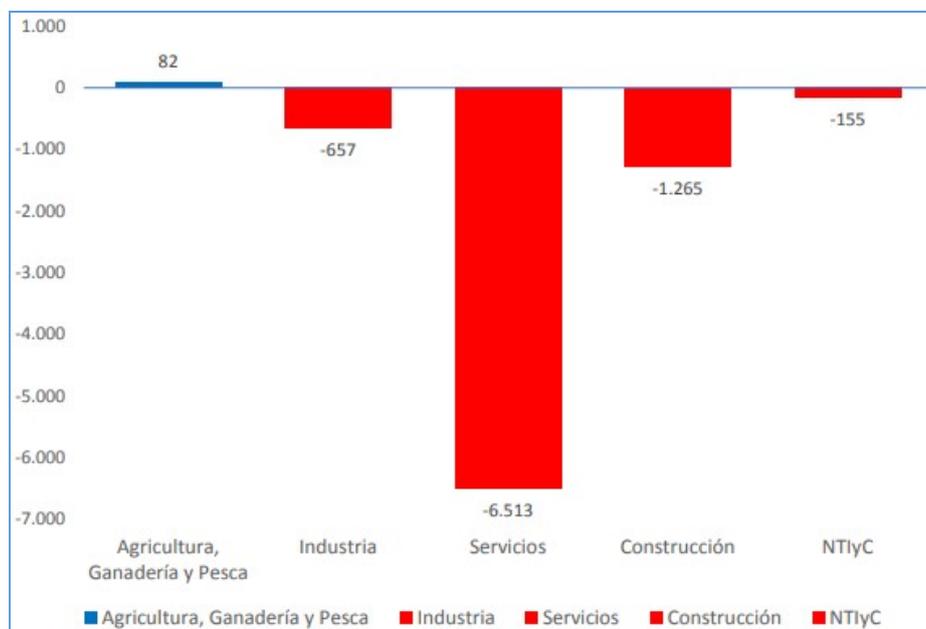


Fuente: Evolución de activos, ocupados y parados en Andalucía. IECA.

El Informe sobre Afiliación de Trabajo Autónomo en Andalucía del mes de abril, realizado por Andalucía Emprende, refleja un descenso importante del número de personas afiliadas a RETA con un total de 529.743 personas, hay un descenso de 8.508 autónomos (-1,58%) con respecto al mes anterior. Se trata de una **caída muy importante que deja a Andalucía con datos de afiliación a RETA por debajo de las 530.000 personas**, algo que no ocurría desde el año 2018. En los dos meses de crisis por el COVID-19 (marzo y abril) ha bajado, en Andalucía, la afiliación media a RETA de 9.066 personas, lo que supone un descenso de -1,68%.

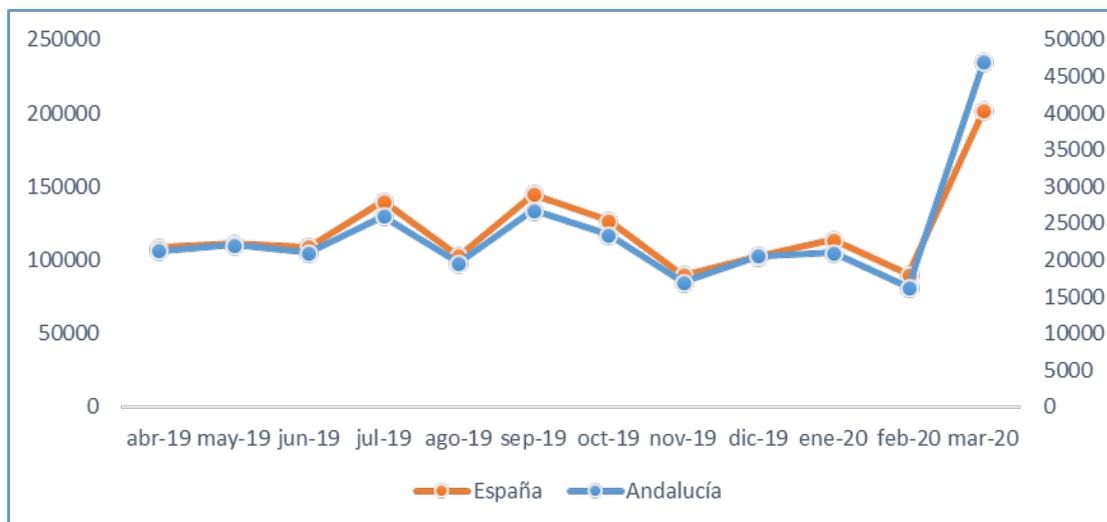
Por provincias, Almería ha sido la provincia con un menor descenso en el total de afiliación a RETA, mientras que Málaga, Cádiz, Huelva y Sevilla tienen caídas más acusadas.

La afiliación al RETA por sectores económicos en Andalucía, ha seguido manteniendo cifras positivas de variación de afiliación en el último mes en el sector primario. El resto de grandes sectores económicos ha sufrido pérdidas en cuanto a la afiliación de trabajadores autónomos, siendo muy acusada en el sector servicios que absorbe el 75% del descenso global.



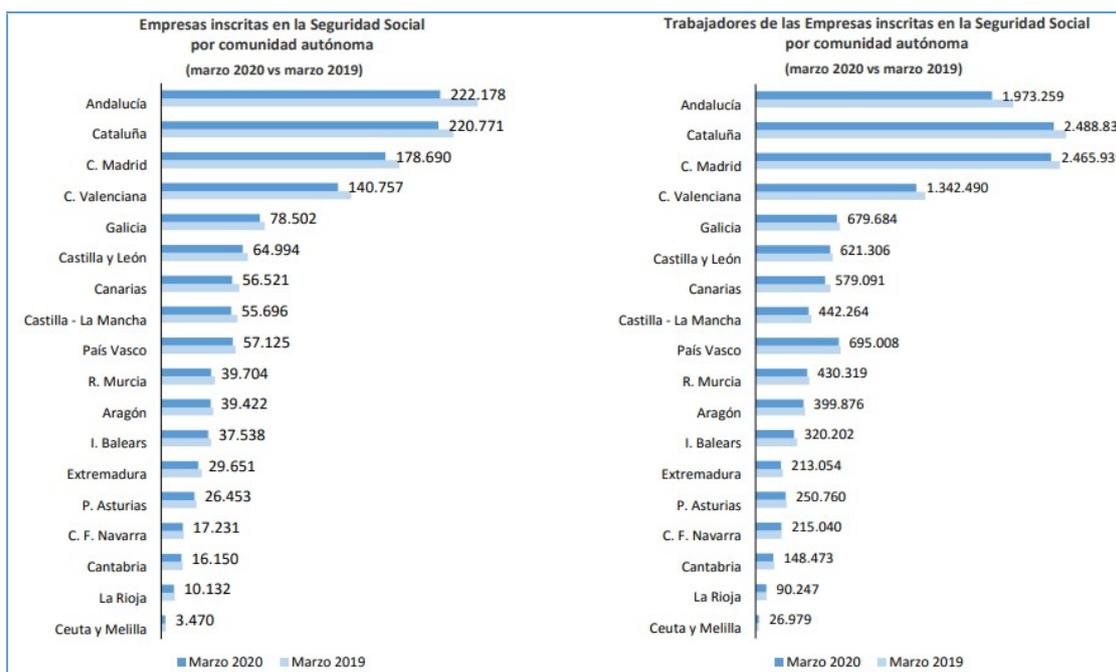
Fuente: Variación nº autónomos abril -marzo 2020 por secciones de actividad elaborado por Andalucía Emprende

En Andalucía el **descenso de Códigos de Cuentas de Cotización de la Tesorería General de la Seguridad Social** durante el mismo período ha sido de 28.528, con una bajada del 11,62%.



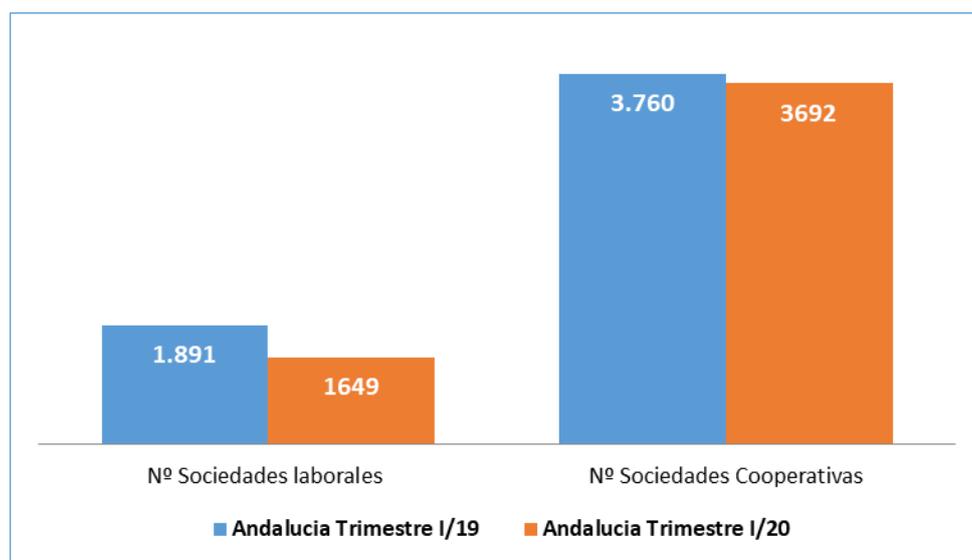
Fuente: Evolución bajas Cuentas de Cotización. TGSS.

La comparación del número de **empresas inscritas en la Seguridad Social** de marzo de 2020 con el mismo mes del año anterior, refleja una variación negativa del -11,88% en Andalucía, seguida de Canarias con un -9,20% y Castilla La Mancha con un -8,29%. La **reducción en el número de trabajadores** de esas empresas inscritas también es mayor en Andalucía, un -8% seguida de Baleares y Canarias con un -7%.



Fuente: Estadística de empresas inscritas en la Seguridad Social. Marzo 2020. MISSM.

Las entidades de economía social en Andalucía, al igual que a nivel nacional experimentan una **caída** comparando los datos de empresas inscritas en la Seguridad Social de marzo de 2020 con el mismo mes en 2019, si bien, también son las sociedades laborales las que muestran una mayor disminución, -12,80 % frente al -1,81 % de las cooperativas.



Fuente: Nº de cooperativas y sociedades laborales inscritas en la Seguridad Social.
Ministerio de Trabajo y Economía Social.

Salida del confinamiento hacia la nueva normalidad

Durante el tiempo de confinamiento, se ha hablado mucho de que habrá un antes y un después de esta pandemia, y de que el mundo va a cambiar sustancialmente: las relaciones humanas, el sistema económico, la geopolítica y el modelo social ya no volverán a ser como antes.

Según **Mike Rosenberg**, profesor asociado de gestión estratégica en **IESE Business School**, la crisis del coronavirus ha dejado desfasados los viejos manuales empresariales. Apunta que para afrontar el futuro próximo, los modelos de negocio hipereficientes de los últimos 20 años deben dejar paso a conceptos como la **flexibilidad**, la **adaptabilidad**, el **pensamiento creativo** y la **planificación de escenarios**.

El **comercio electrónico** también ha acelerado su ritmo de implantación. Se ha demostrado que quien ya tenía avanzado su plan de digitalización ha afrontado esta situación de otra manera. Las restricciones gubernamentales llevadas a cabo estas últimas semanas han paralizado las ventas físicas, permitiendo la venta de productos considerados no básicos sólo a través del canal online o telefónico. Para las empresas que no tenían desarrolladas estas soluciones ha significado el bloqueo total a su actividad comercial.

De la mano del crecimiento del canal digital va la **logística**, ambas actividades van intrínsecamente unidas. Si la empresa ya está vendiendo online, ahora tiene que cumplir con los compromisos comerciales. Este pilar ha adquirido en los últimos años una importancia sin precedentes. De hecho, en muchos casos, la selección del punto de venta cada vez viene más determinada por la capacidad de cumplir los plazos acordados en la entrega.

Los consumidores han buscado dar respuesta a sus necesidades vía online, apoyándose en la información facilitada por diferentes webs. Aunque no se tiene certeza sobre cuál será el comportamiento del comprador cuando esté instaurada la llamada "nueva normalidad", quienes hayan enriquecido la información de sus productos con contenidos de valor (usos, comparativas...), añadiendo, incluso, chatbots, para ayudar en la decisión de compra y 'suplir' a los prescriptores de la tienda física, habrá conseguido más fidelizaciones y capturas de nuevos clientes.

Las dudas y reticencias de buena parte del tejido empresarial y funcional al **teletrabajo** probablemente se hayan venido abajo. Pese a que las condiciones para el teletrabajo no han sido las óptimas, por hallarse confinados todos los miembros del hogar, el balance en términos de productividad, ahorros en desplazamientos, etc., puede ser positivo. La **enseñanza online** ha dado un salto cualitativo innegable y las reuniones y encuentros virtuales se han hecho más breves y eficientes.

Por otra parte, en esta nueva década, que comenzó siendo la Década para la Acción en los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, esta crisis económica y sanitaria marcará un punto de inflexión para la Agenda 2030. Ahora lo primordial es el trabajo en la salud, si bien, los ODS abren un gran abanico de oportunidades que podrían ser la puerta de

salida de esta nueva crisis económica. Habrá que prestar atención entre otros, al ODS 4: Educación de calidad, dado que a pesar de las medidas de enseñanza online que se están llevando a cabo, la educación de los niños, en especial en los colectivos más vulnerables, está viéndose muy afectada; al ODS 5, ya que las mujeres son uno de los colectivos más impactados por la pandemia ; o a los ODS en los que recae principalmente el impacto económico y la pérdida de puestos de trabajo, como el ODS 1, el 8 o el 10.

Consultores de Mckinsey&Co¹⁴, en el artículo *De sobrevivir a prosperar. Reinventar el regreso posterior a COVID-19*, plantean que hay **cuatro áreas estratégicas en las que las empresas han de enfocarse para retomar su actividad** en un entorno en el que aún no se ha encontrado una vacuna y las economías están todavía tambaleándose: recuperar ingresos, reconstruir operaciones, repensar la organización y acelerar la adopción de soluciones digitales. Esto es:

- **Repensar el modelo operativo** en función de cómo trabaja mejor su personal, los nuevos modelos de ventas remotas estaban demostrando ser tan (29 por ciento) o más efectivos (31 por ciento) que los canales tradicionales.
- Mejorar y expandir sus **canales digitales**.
- Comprender qué valorarán los **clientes**.
- Cambiar el ecosistema y considerar **colaboraciones** no tradicionales con socios en toda la cadena de suministro
- **Identificar las principales fuentes de ingresos** y, sobre esa base, realizar los movimientos de "ahora o nunca" que deben ocurrir antes de que la recuperación comience por completo.

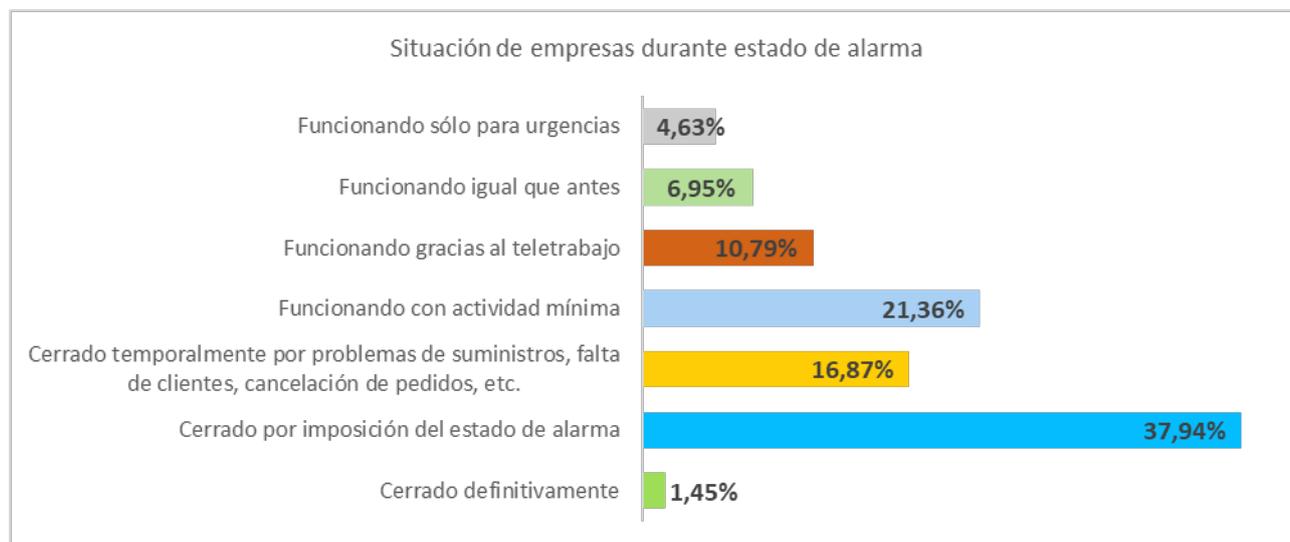
¹⁴<https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/from-surviving-to-thriving-reimagining-the-post-covid-19-return>

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 del tejido empresarial 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 autónomos de Andalucía la situación de excepcionalidad** a raíz del estado de alarma decretado por el gobierno el día 14 de marzo.



A la vista de los resultados obtenidos se puede hablar de un cierre de actividad muy elevado, independientemente de las causas que lo hayan provocado.

Más del **56% de empresas afirman haber paralizado su actividad** durante el período de situación de alarma. Una mayoría muy amplia lo ha hecho temporalmente (54,81%) con la intención de volver a reactivar sus actividades en cuanto sea posible, mientras que un porcentaje mínimo declara haber abandonado definitivamente su actividad empresarial

(1,45%). No obstante, el cierre de 4 de cada 10 negocios se debe a la obligación derivada del estado de alarma. Por otro lado, el **44% de las empresas ha seguido funcionando de algún modo**, aunque un gran número lo hace con una actividad muy reducida.

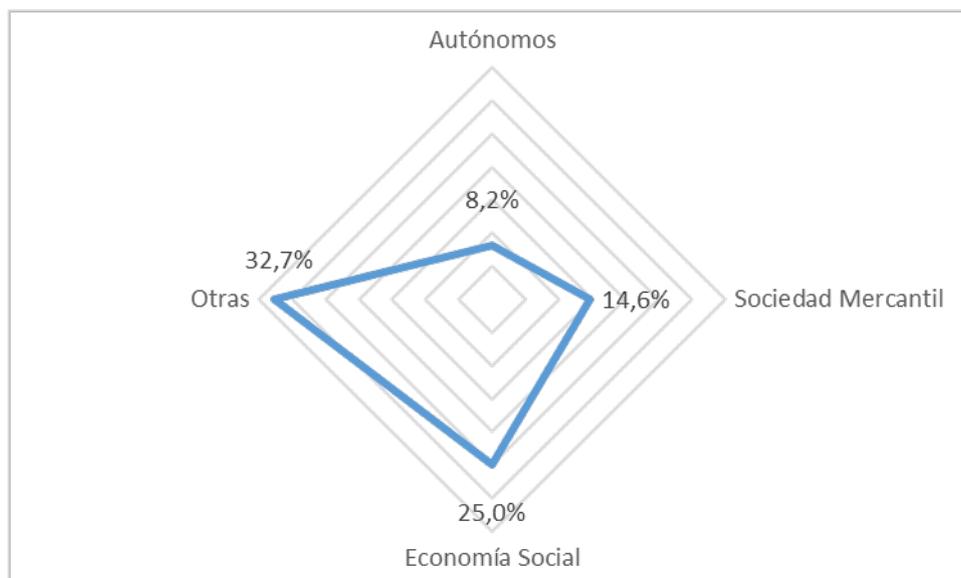
Como se observa también en el gráfico, una de cada diez empresas ha seguido **funcionando a través de fórmulas de teletrabajo**. Se percibe que la opción de teletrabajo sigue siendo una **asignatura pendiente** de nuestro tejido empresarial. Según un estudio reciente de la consultora Randstad sólo el 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 apoyo¹⁵. 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.

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

El 10% de las empresas y trabajadores autónomos han **vinculado la continuidad de su actividad empresarial al teletrabajo**. De estas empresas más del 87% pertenecen al sector servicios y algo más de la mitad son trabajadores autónomos. Sin embargo 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 algo más del 8% de trabajadores autónomos, porcentaje que se incrementa considerablemente en el resto de tipos de empresas.

¹⁵ https://www-randstad-es.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2020/03/NdP_Randstad_Teletrabajo-en-Espa%C3%B1a.pdf



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.

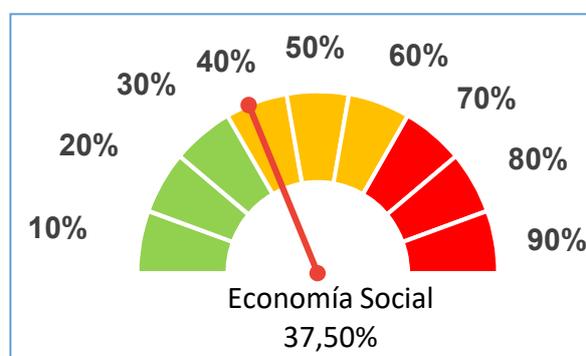
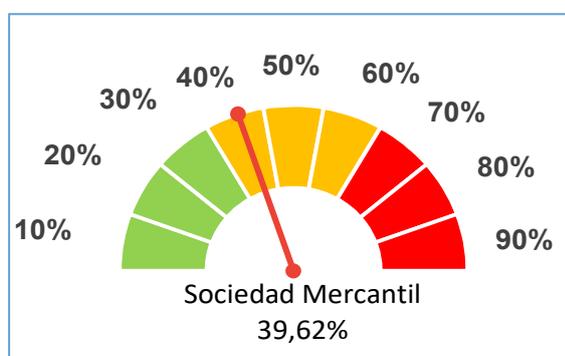
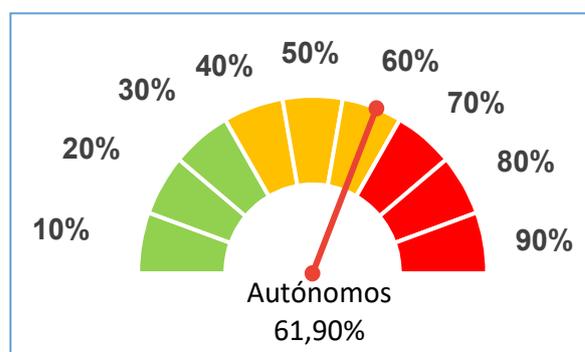
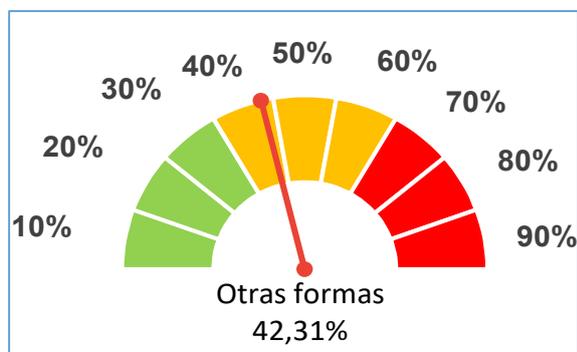
Si se agrupan las distintas situaciones que pueden haber llevado al cese de actividad, y se muestra el porcentaje global de cierres por sectores, se observa que **el sector servicios es el que claramente se ha visto más afectado** desde que se decretara el estado de alarma y sobre el que ha impactado 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. El sector primario, sin embargo, es el que está soportando mejor el envite de la crisis del Covid-19, debido a la necesidad de mantener el mercado de productos de primera necesidad, entre los que se encuentran los alimentos.



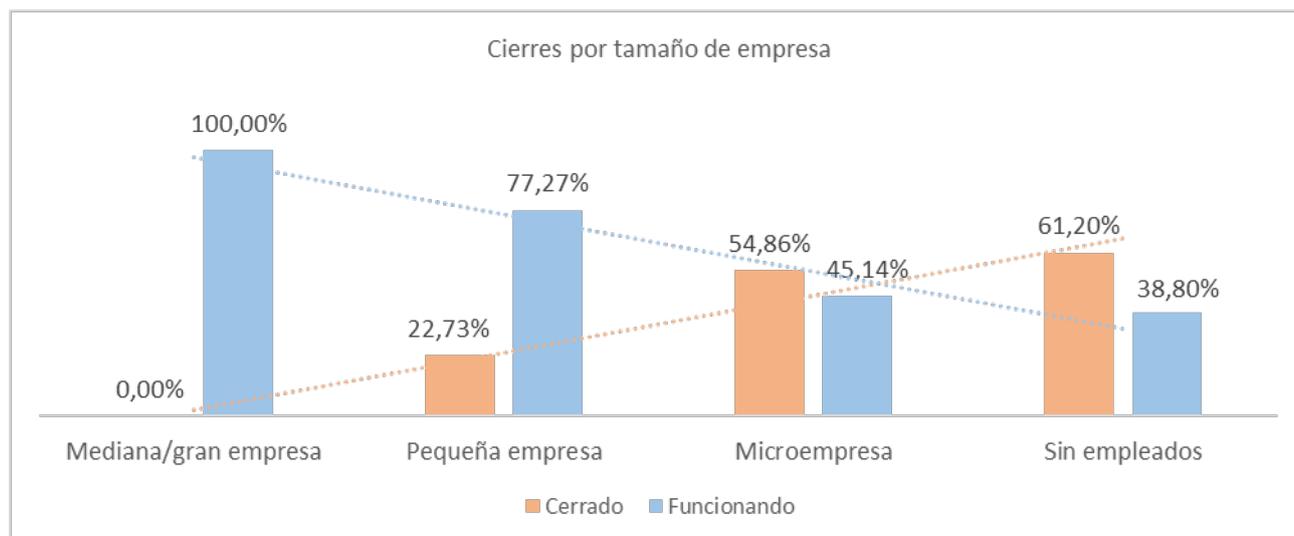
Atendiendo a la forma jurídica, a priori **el colectivo de trabajadores autónomos parece especialmente vulnerable**. En Andalucía el dato de afiliación media al régimen de trabajo autónomo en febrero era de 538.809 personas mientras que los datos del mes de abril arrojan una afiliación de 529.743 personas lo que supone un descenso de 9.066 personas afiliadas en 2 meses.

Estos datos se confirman igualmente en la encuesta realizada, ya que, al observar los datos de cierre o cese de la actividad según la forma jurídica de la empresa, es claramente **el colectivo de personas autónomas el que sale peor parado**. Mientras que otras formas jurídicas, sobre todo economía social (cooperativas y sociedades laborales), dan un dato de cierre alrededor del 37%, en los trabajadores autónomos el dato alcanza un valor de 61,90%. Ello indica que algo más de 6 de cada 10 personas en este régimen de cotización han tenido que cerrar temporal o definitivamente durante este período.

Cese de actividad por forma jurídica



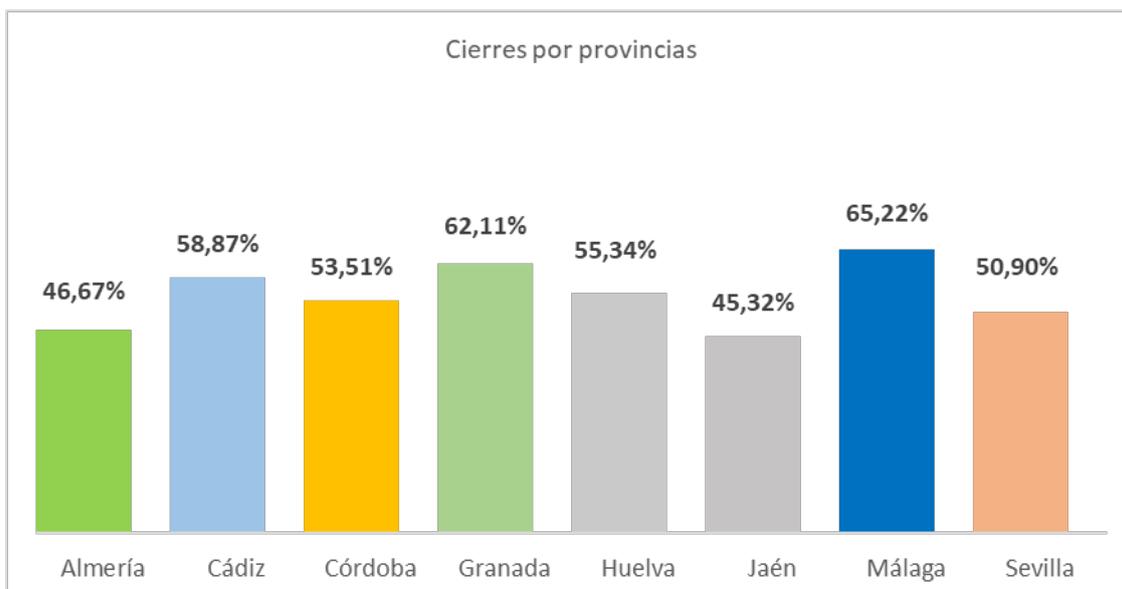
Otras variables tomadas en consideración vienen a indicar que las **empresas unipersonales y con antigüedad inferior a los 3 años presentan resultados especialmente negativos**. En este sentido, se puede apreciar una relación inversa entre tamaño de la empresa y la confirmación de cierre del negocio,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

En Huelva y Cádiz, a pesar de que la incidencia del Covid-19 ha sido menor que en otras provincias, se registran tasas de cierre más altas. Hay que recordar que la media regional de cierres temporales o definitivos, durante este período arrojaba un dato algo superior al 57%.



¿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.

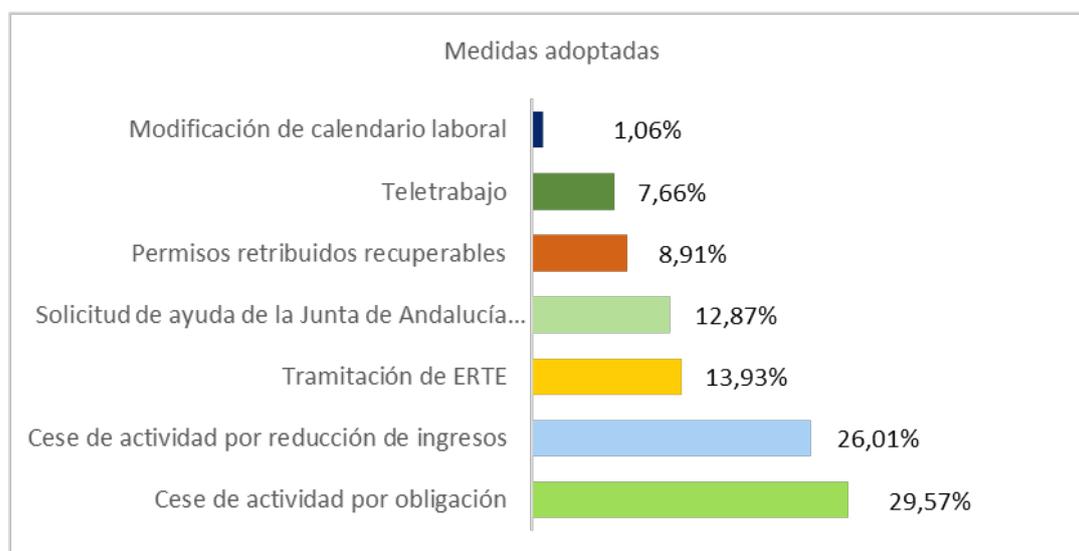
Según **datos de la Seguridad Social**, 1.016.670 autónomos habían solicitado la **prestación por cese de actividad** tras la declaración del estado de alarma y el anuncio de esta prestación extraordinaria. Esto supone que algo más del 28% del total de 3.261.729 afiliados a finales del mes de febrero al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Andalucía, ha sido en el conjunto del país, la Comunidad Autónoma con mayor número de solicitudes registrada con un 19,45% (197.742 solicitudes). Esto viene a indicar que algo

más del **36% de las personas afiliadas al RETA en febrero en Andalucía solicitaron esta prestación.**

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.** Casi un 30% de los empresarios autónomos ha solicitado el cese de actividad por verse afectado por el cierre obligado de su actividad y un 26% lo ha solicitado por caídas de facturación importantes. Esto significa que en un **algo más del 55% han solicitado el cese de actividad**, independientemente del motivo o razón que le ha obligado a hacerlo.

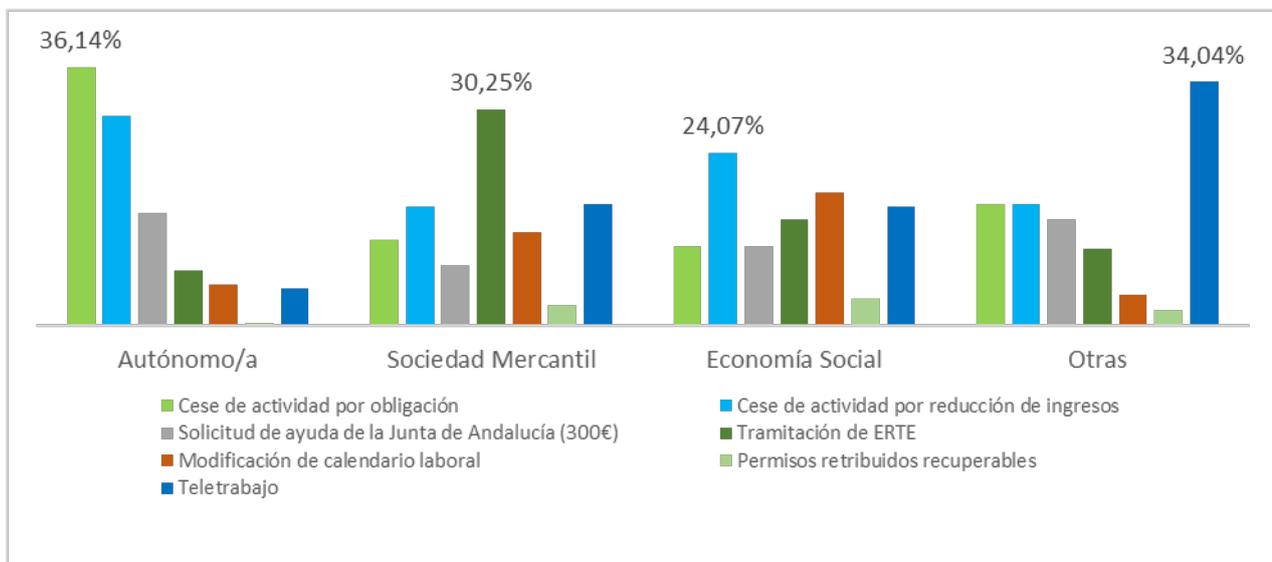
La solicitud de ayudas convocadas por la Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo de la **Junta de Andalucía** ha tenido, además, una amplia demanda del 12,87%.



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. La tramitación de esta prestación extraordinaria es con gran diferencia la medida más demandada en este modelo de empresa y a gran distancia también de lo que ocurre en otras formas jurídicas.

Son las **sociedades mercantiles las que, con mayor intensidad, se han acogido a la tramitación de Expedientes de Regulación Temporal de Empleo**, mientras que las **empresas de economía social**, por las características intrínsecas de este modelo y por contar con un gran número de socios cotizando en el régimen de autónomos, han acudido también de manera importante al cese de actividad, sobre todo por causas económicas vinculadas a un descenso de ingresos.



Otras opciones y medidas extraordinarias adoptadas por empresas y trabajadores autónomos también han sumado valores la nada desdeñables, como los permisos retribuidos (8,9%) la modificación de calendarios laborales y jornadas de trabajo mayoritariamente en empresas de economía social y en las de mayor tamaño.

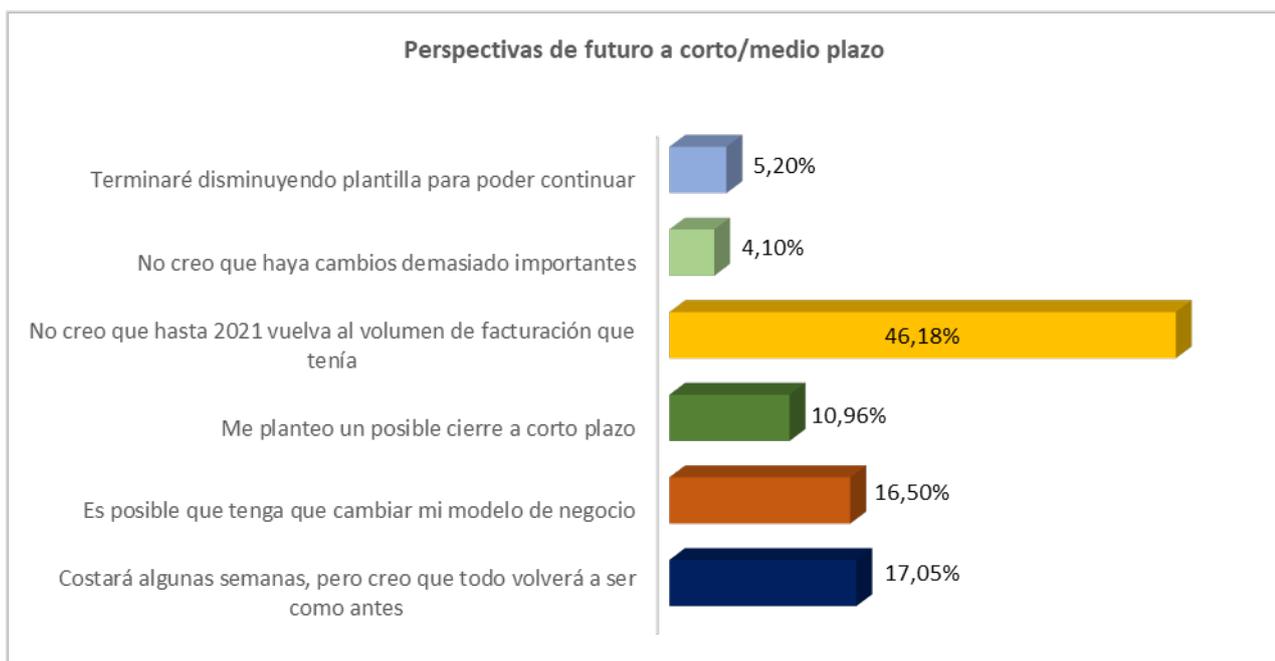
¿Cómo se imagina que será el futuro inmediato de su negocio tras reanudar su actividad en situación de normalidad?

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

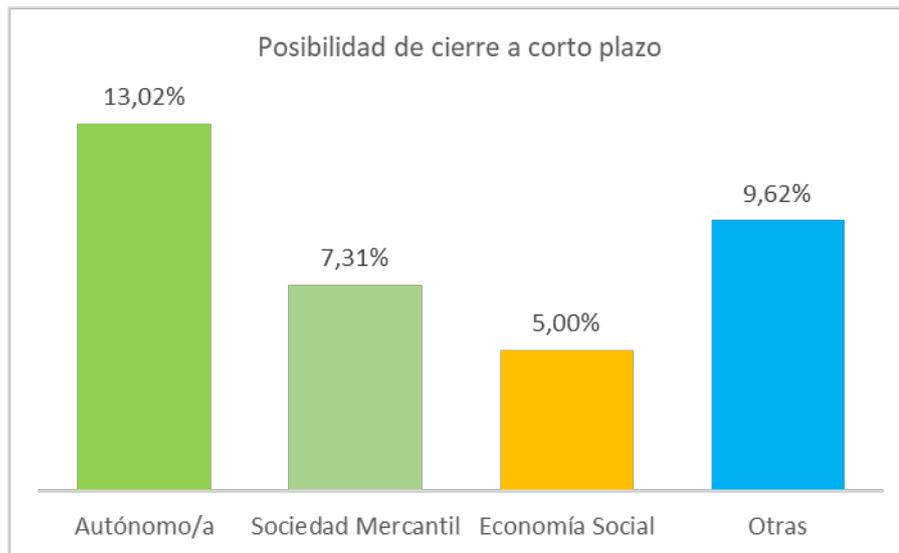
Sólo un **4%** piensa que para sus negocios no supondrá un cambio sustancial. El 96% restante tiene asumido que la situación futura no será a corto o medio plazo igual que antes, incluyendo aquí un **11%** cuyas perspectivas de futuro pasan por cerrar y abandonar su actividad empresarial. Así un **85%** de empresarios piensa en un futuro a corto y medio plazo 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 17% se plantea en semanas pero que para la mayor parte (46%) 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.

Un 11% se plantea el cierre a corto plazo y un 5% piensa que tendrá que reducir su plantilla para la supervivencia del negocio. En el lado opuesto, solo un 4% piensa que no tendrá que hacer importantes cambios y podrá continuar como antes y un 16,5% podrá subsistir cambiando su modelo de negocio.



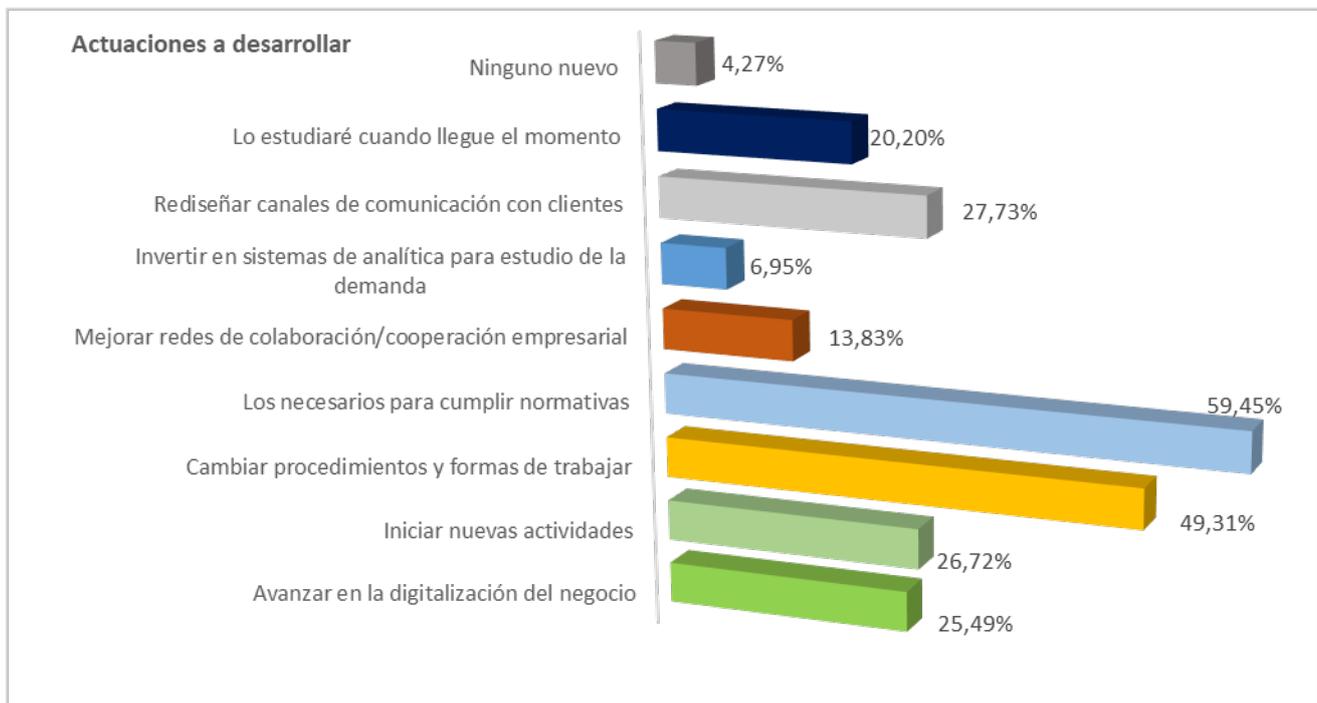
Esta situación se reproduce de un modo similar si atendemos a la forma jurídica, tamaño de la empresa o sector de actividad. Como se puede ver son los autónomos los que temen en mayor medida la posibilidad de cerrar a corto plazo. Las empresas de economía social, a pesar de las dificultades, parecen ver el futuro inmediato con más 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, que se recogerán más adelante, se ha preguntado a los propios empresarios y trabajadores autónomos con objeto de que determine aquellas **actuaciones que entienden necesarias para sobrevivir** a esta situación extraordinaria de crisis y que pueden requerir 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.



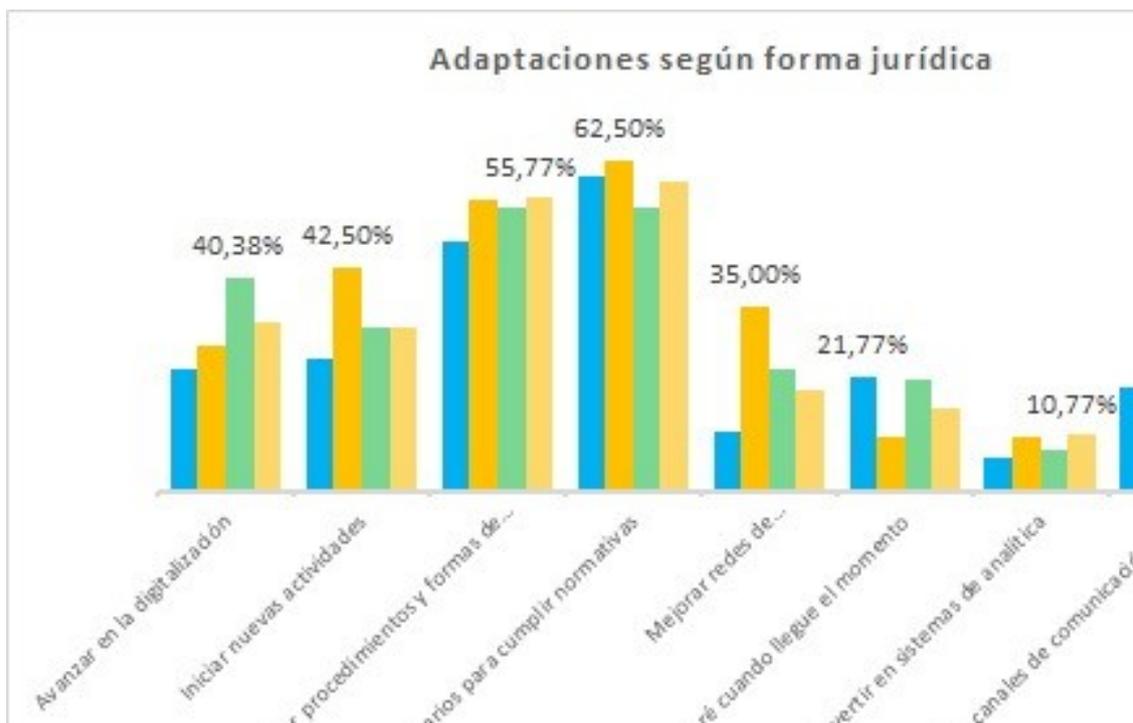
Parece que los empresarios y trabajadores autónomos tienen muy claro que **la situación va a exigir cambios en sus empresas y negocios**. No llega al 5% el porcentaje del grupo que opina que no será necesario acometer ningún cambio y que podrán seguir funcionando como hasta el momento. Un porcentaje muy alto considera que los cambios han de venir necesariamente por las nuevas formas, usos y prácticas que se deriven de las normativas que se establezcan, **6 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. También es importante el conjunto de empresarios que atisba que el nuevo escenario socioeconómico les obligará a realizar cambios en procedimientos y formas de trabajar (49,3%).

En tercer lugar se los empresarios sitúan aquellas medidas que se podrían considerar más de **gestión y de innovación empresarial** y 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 **uno de cada 5 empresarios 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.

En este punto, se han querido observar posibles diferencias por forma jurídica, centrando el análisis en el colectivo de trabajadores autónomos y su comparativa con empresas de economía social.

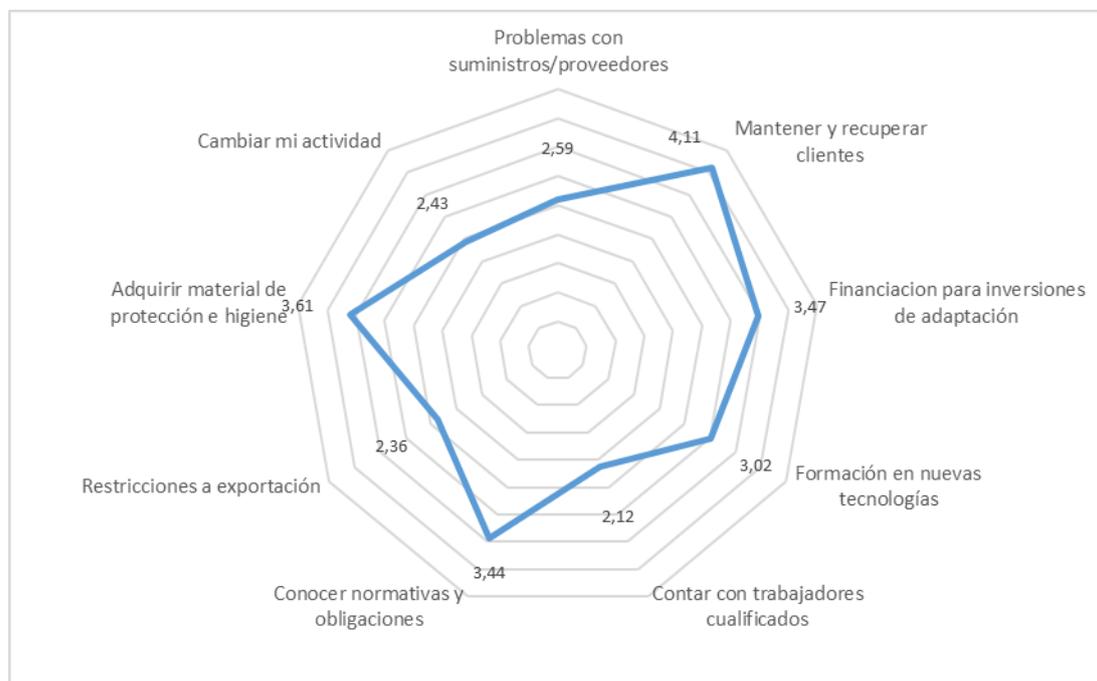


A la vista de los resultados obtenidos, destaca como **las empresas de economía social tienen una mayor preocupación y una mayor previsión para afrontar el futuro y adaptarse.** Coinciden ambos modelos de empresas en lo necesario que será asumir cambios obligados por nuevas normativas y procedimientos. Lo que sí es necesario destacar por lo significativo, es la **apuesta de la economía social por la colaboración y la cooperación** como vía de mejora y de una mejor adaptación a la nueva realidad. También la diversificación de actividades es una clara opción muy presente en empresas de economía social, mientras que los autónomos tienen una actitud menos proactiva y están a la espera de acontecimientos.

¿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, 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 medias sobre 5 puntos**, que dan las empresas y trabajadores autónomos. 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 es la de no perder clientes** (4,11 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** (3,6 de puntuación), la falta de **financiación** para acometer las inversiones que sean necesarias para adaptar cada negocio (3,47) y el **desconocimiento e incertidumbre existentes** ante las nuevas normas y prácticas de trabajo en cada actividad (3,44 puntos).

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.

Se muestran a continuación los **resultados comparados** para el conjunto de empresa según su forma jurídica. Puntuaciones aportadas en una escala entre 1 como lo menos preocupante, a 5 como máxima preocupación

	Autónomo/a	Economía Social	Sociedad Mercantil	Otras
Problemas con suministros/proveedores	2,65	2,25	2,45	2,40
Mantener y recuperar clientes	4,11	4,10	4,17	3,90
Financiación para inversiones de adaptación	3,42	3,48	3,66	3,56
Formación en nuevas tecnologías	3,02	3,05	3,03	3,04
Contar con trabajadores cualificados	2,04	2,18	2,44	2,12
Conocer normativas y obligaciones	3,50	3,40	3,29	3,23
Restricciones a exportación	2,39	1,95	2,31	2,44
Adquirir material de protección e higiene	3,69	3,45	3,42	3,23
Cambiar mi actividad	2,43	2,28	2,45	2,46

Como se observa, las diferencias entre los distintos modelos de empresa no son muy significativos. En todos los **casos preocupa especialmente el factor cliente** y a partir de ahí hay varias necesidades que se subrayan y destacan por encima del resto: **financiación, información sobre normativas y adquisición de material de protección e higiene**. En el trabajo autónomo destacan además de la preocupación común de mantener clientes, la necesidad de adquirir el material de protección suficiente, conocer bien las nuevas normativas y los posibles problemas de desabastecimiento. Mientras que en las sociedades mercantiles también destaca acceder a la financiación necesaria y disponer de trabajadores cualificados; y en la economía social se la disposición de formación en nuevas tecnologías alcanza la puntuación más alta.

¿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 podría ser crítica 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 extraídos de la encuesta realizada ofrecen el siguiente panorama:



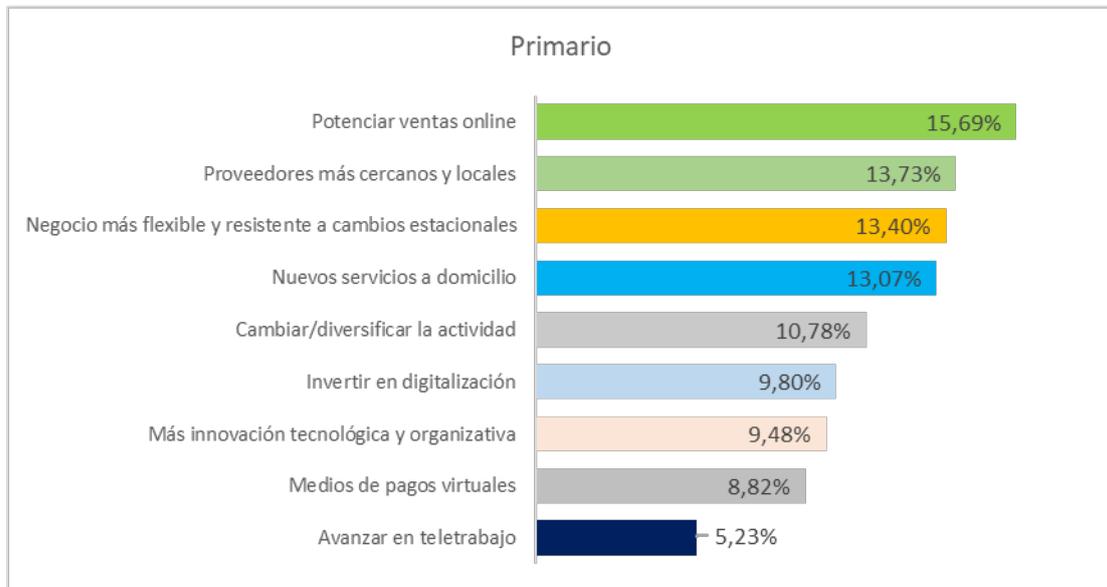
Tres son las principales medidas identificadas para poder afrontar los retos que se avecinan para las empresas y trabajadores autónomos en las próximas semanas y meses:

1. Conseguir **negocios más flexibles, ágiles y resistentes**, capaces de responder con solvencia a entornos tan cambiantes como los actuales y como los futuros.
2. Apostar por **un cambio o diversificación de la actividad** desarrollada, introduciendo nuevos servicios/productos.
3. **Potenciar el comercio electrónico** y las ventas online, haciendo que este canal de venta tenga un protagonismo cada vez mayor en las cifras de negocio.

Extraña ver la **escasa demanda que recoge la opción del teletrabajo** (7,67%), sin duda motivada 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.

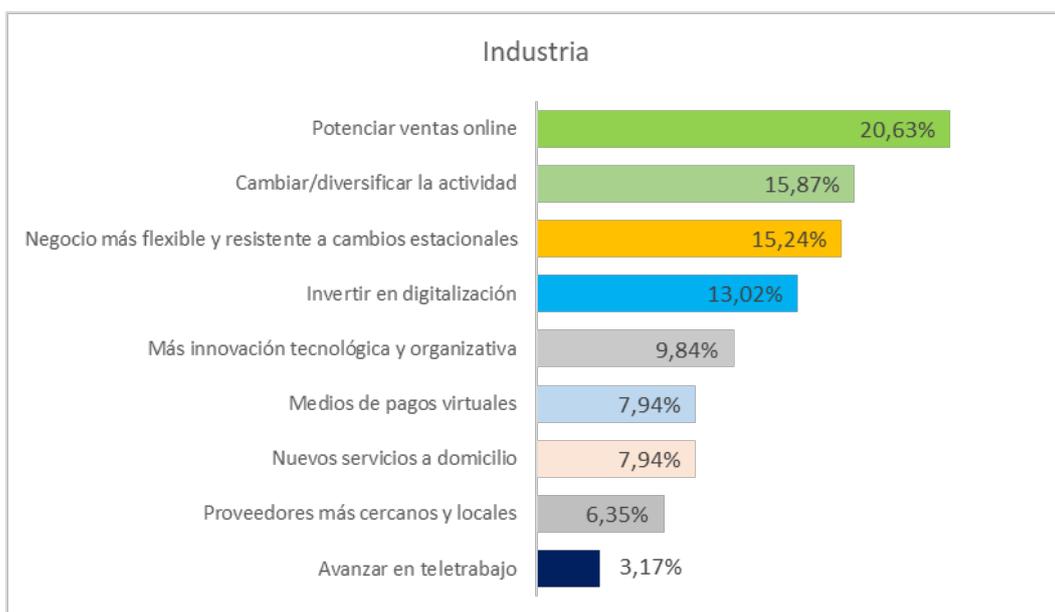
También resulta llamativo que, en una crisis como esta con una fuerte contracción de la producción debido a **la falta de suministros** por trabas en el comercio exterior y en la logística del transporte, tenga escasa repercusión la propuesta de trabajar con proveedores más cercanos (8,2%), algo que también podría derivarse de una fuerte presencia del sector servicios.

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



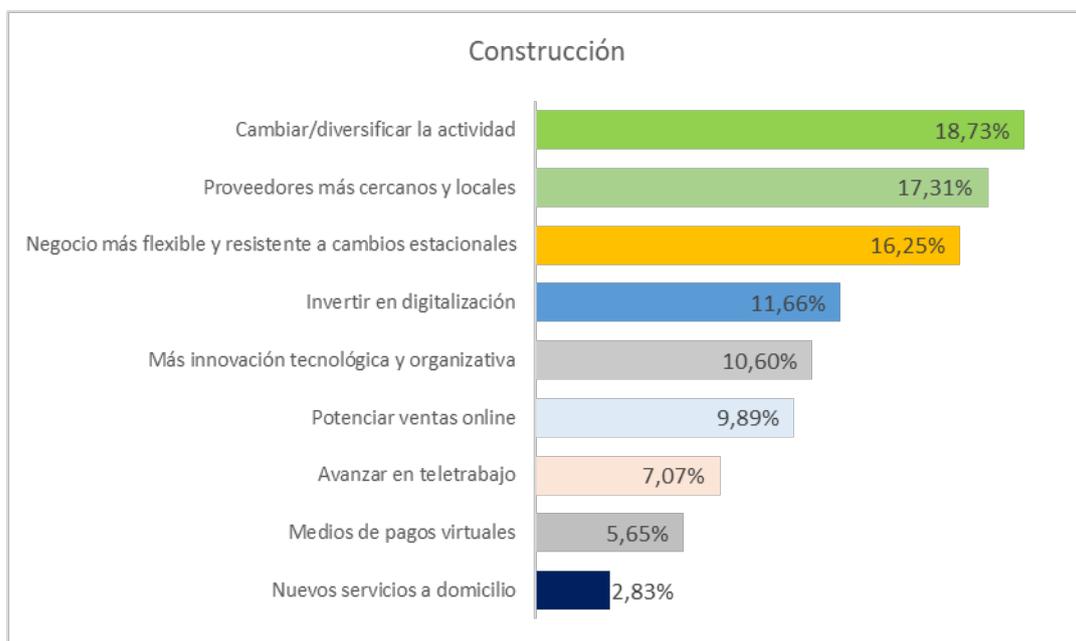
Para **empresas y autónomos del sector primario** hay un especial interés en **potenciar el comercio electrónico** como factor de competitividad en un futuro, lo que además va unido a una estrategia de venta a domicilio, eliminando así intermediarios. También es muy alto la demanda de **poder trabajar con proveedores locales** y cercanos, probablemente para aprovechar el potencial de un sector tan potente en Andalucía y para que empresas transformadoras y de servicios cuenten con los productores antes de recurrir a proveedores externos.

En cualquier caso, estaríamos hablando de modelos de negocio más flexibles y adaptados a las circunstancias venideras que acentúan el proceso, en cierto modo, ya iniciado por muchos productores.



Para el **sector de la industria** hay un interés muy alto por **potenciar sistemas de comercio electrónico** y venta online. En un segundo nivel se sitúan la necesidad de **diversificar la actividad** introduciendo nuevos productos y la posibilidad de contar con modelos de negocios más flexibles.

También son destacables las puntuaciones dadas a las medidas de inversión en tecnologías y en procesos organizativos más eficientes, junto a un interés por inversión en digitalizar las distintas fases de la actividad.



Para el **sector de la construcción** las prioridades son tres, a las que les otorgan valores equilibrados:

1. **Cambiar y/o diversificar la actividad**, introduciendo nuevos tipos de servicios.
2. Potenciar las **ventas online**.
3. Tener un **modelo de negocio más flexible** que permita adaptarse con rapidez y agilidad a los cambios.

En un segundo nivel aparecen preocupaciones y demanda de medidas vinculadas con la digitalización y la innovación tecnológica.

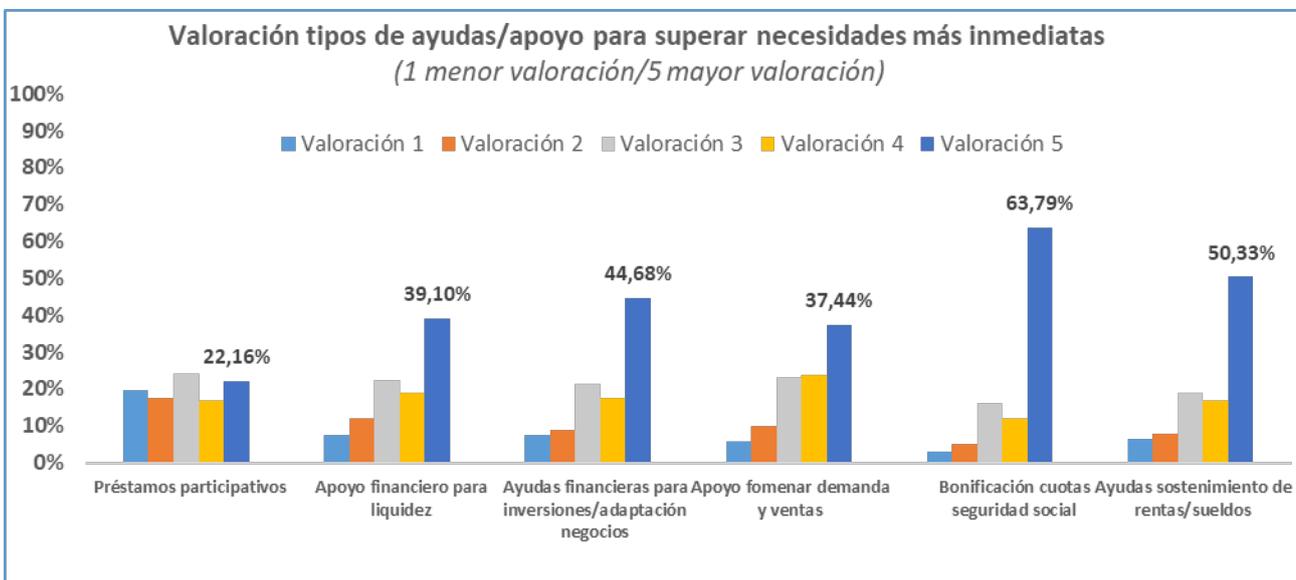
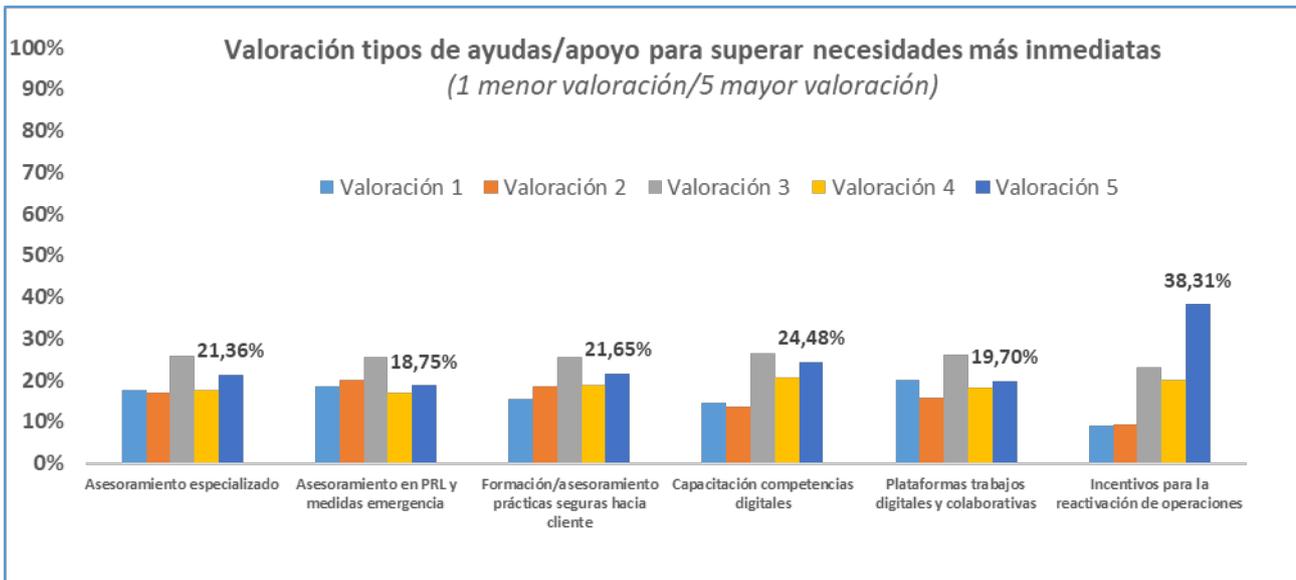


Por último, en el **sector servicios**, el mayoritario, la relación de medidas que se consideran más efectivas es muy amplia y diversa, apareciendo también 3 medidas principales que tienen que ver con construir **modelos de negocio más flexibles, diversificar** y, en muchos casos, cambiar la actividad principal y por apostar claramente pro el **comercio electrónico** y las ventas online.

En un segundo bloque, también se demanda con interés avanzar en procesos de innovación tecnológica, apostando por la digitalización y los métodos de pago no presenciales.

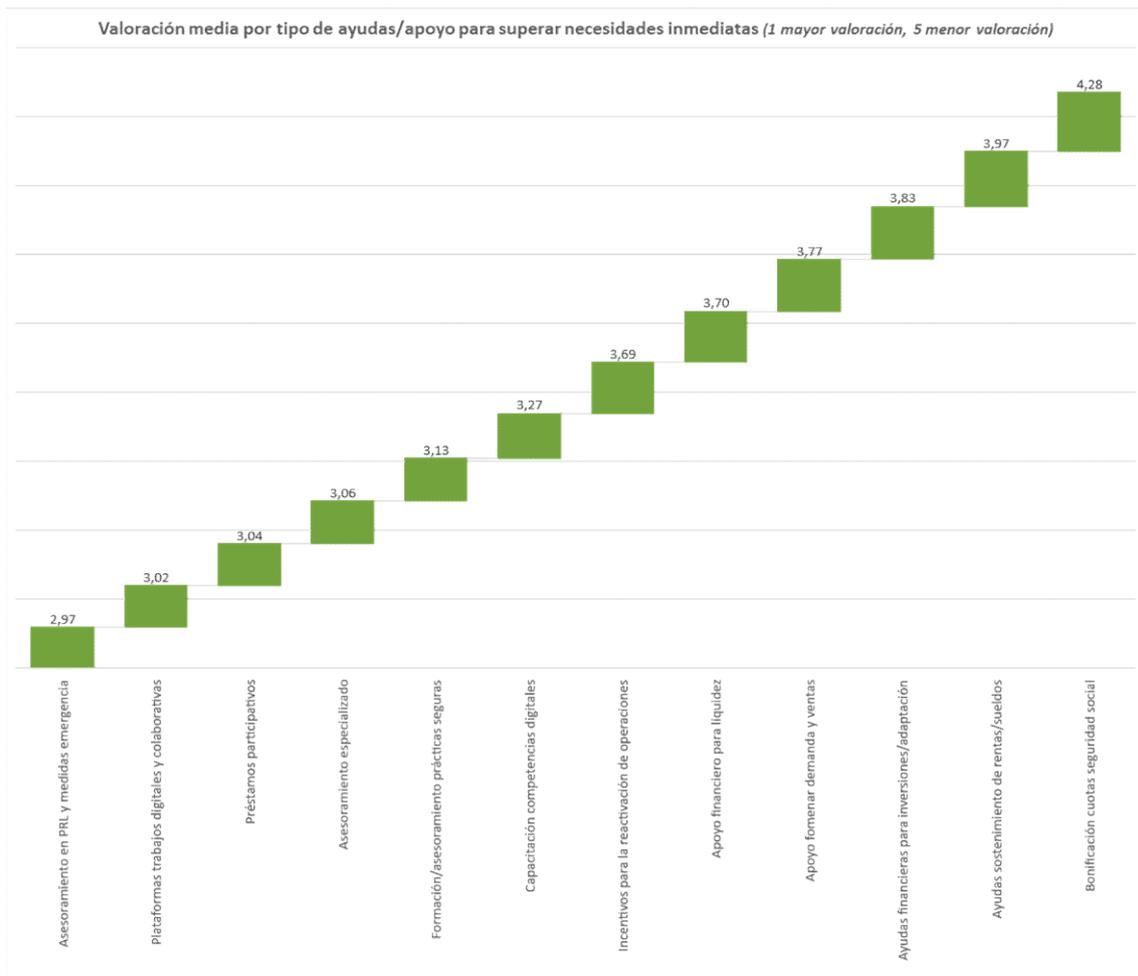
¿Qué tipo de ayuda/apoyo cree que es más importante para superar las necesidades más inmediatas?

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 ésta, a dar respuesta a saber **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 que casi el 64% de las empresas puntúa con la valoración máxima de 5 las **bonificaciones de las cuotas a la Seguridad Social**, que, junto a las ayudas para el sostenimiento de rentas, ayudas financieras para inversiones y apoyo financiero, indican 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.

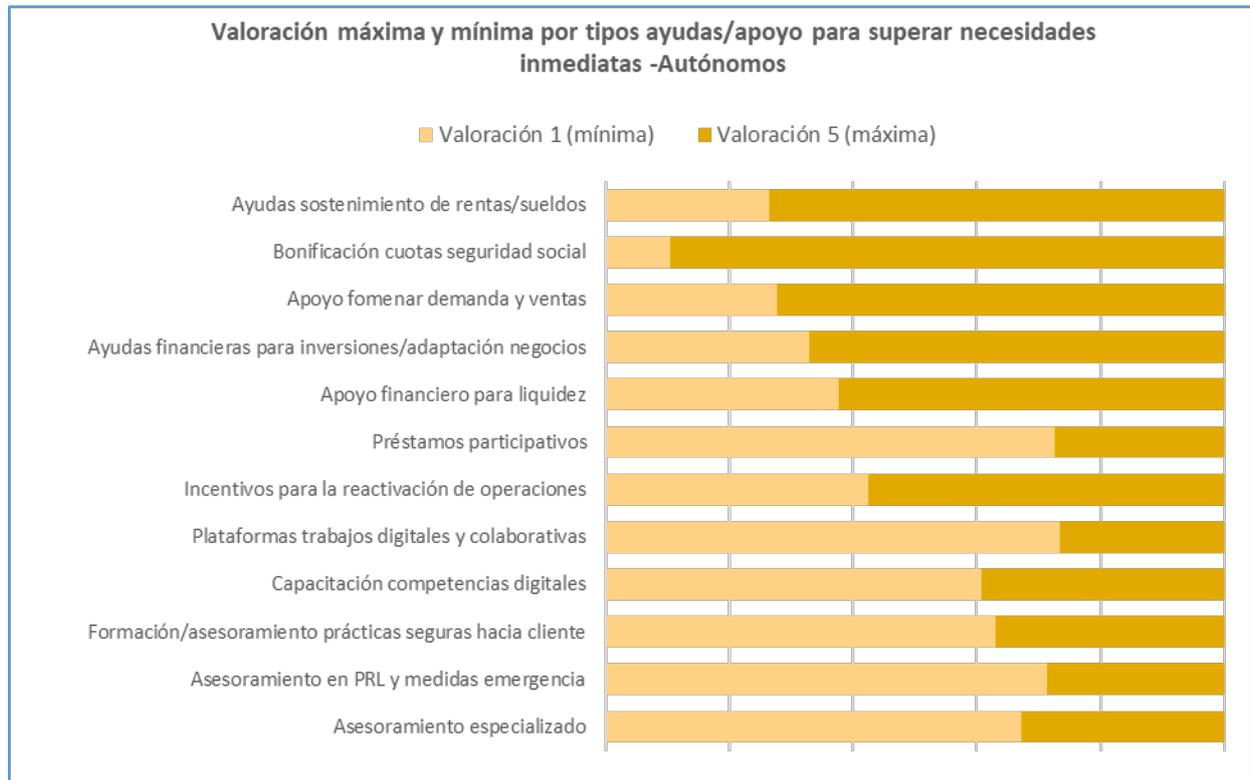
Esta necesidad de liquidez requiere que se multipliquen esfuerzos por reactivar el tejido productivo con **medidas eficaces y rápidas** en materia de financiación, ayudas y bonificaciones, sin olvidar el papel que han de jugar las entidades financieras en este sentido.



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, y 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 3,69 en caso de apoyo financiero para liquidez, hasta el valor medio de 3,83 en las ayudas para el sostenimiento de rentas/sueldos, estando a la cabeza de este ranking, con una valoración media de 4,28 sobre 5, la **bonificación de cuotas a la seguridad social**. La importancia de esta medida, podría deberse al peso que representan los autónomos, priorizan como una medida de carácter urgente y necesario las mejoras en las condiciones de cotización en las cuotas de la seguridad social.

Las medidas de **asesoramiento en prevención de riesgos laborales y medidas de emergencia**, son las de menor valoración, 2,97 sobre 5, lo que puede explicarse, aparte de que su principal demanda es liquidez, porque la mayoría tienen externalizados los servicios de prevención de riesgos, y por lo tanto no es una demanda prioritaria.

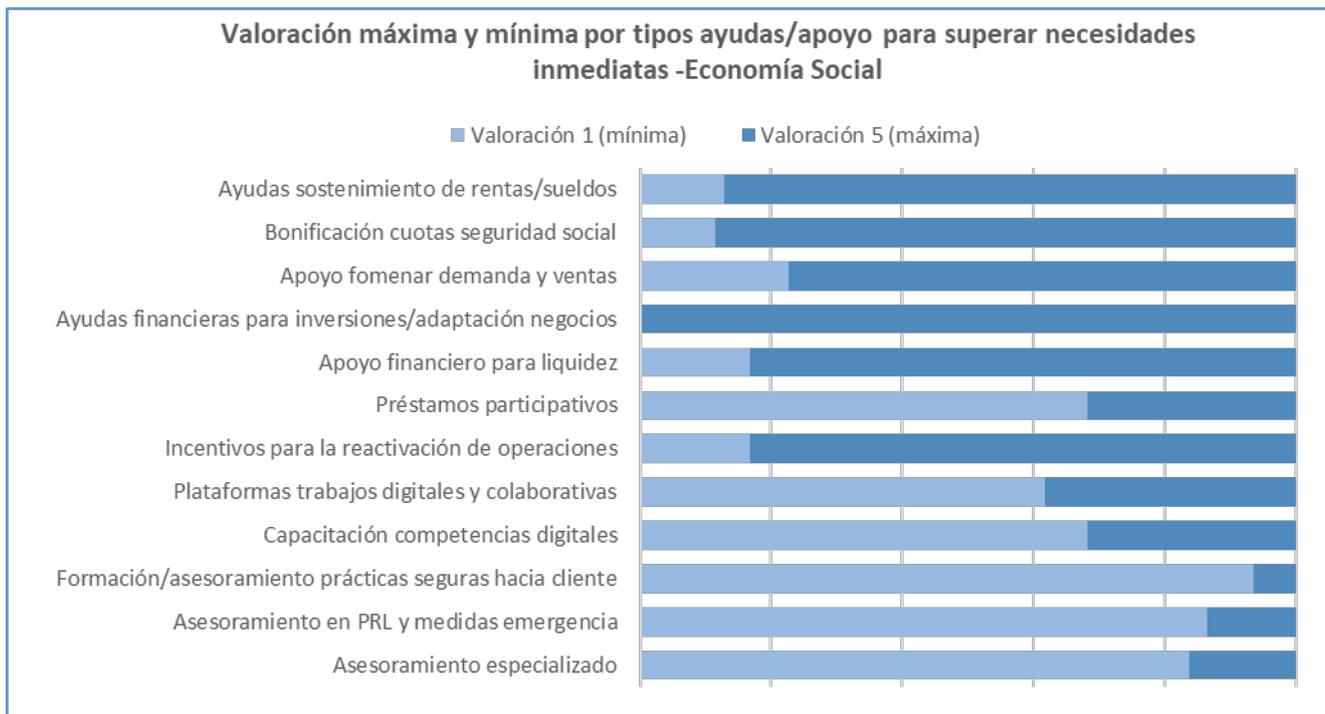
En cuanto a los resultados obtenidos según la **forma jurídica**, centrándonos en la figura del **autónomo** se puede observar que las puntuaciones y valoraciones medias tienen cierta similitud con los resultados generales. No obstante, destaca que además de la ayuda financiera y por supuesto, la bonificación de las cuotas a la seguridad social, los autónomos le dan bastante importancia, con una valoración máxima, al apoyo para **fomentar la demanda y mejorar las ventas**, lo que viene a decir que ven como muy necesario la adaptación de su gestión empresarial con el asesoramiento adecuado.

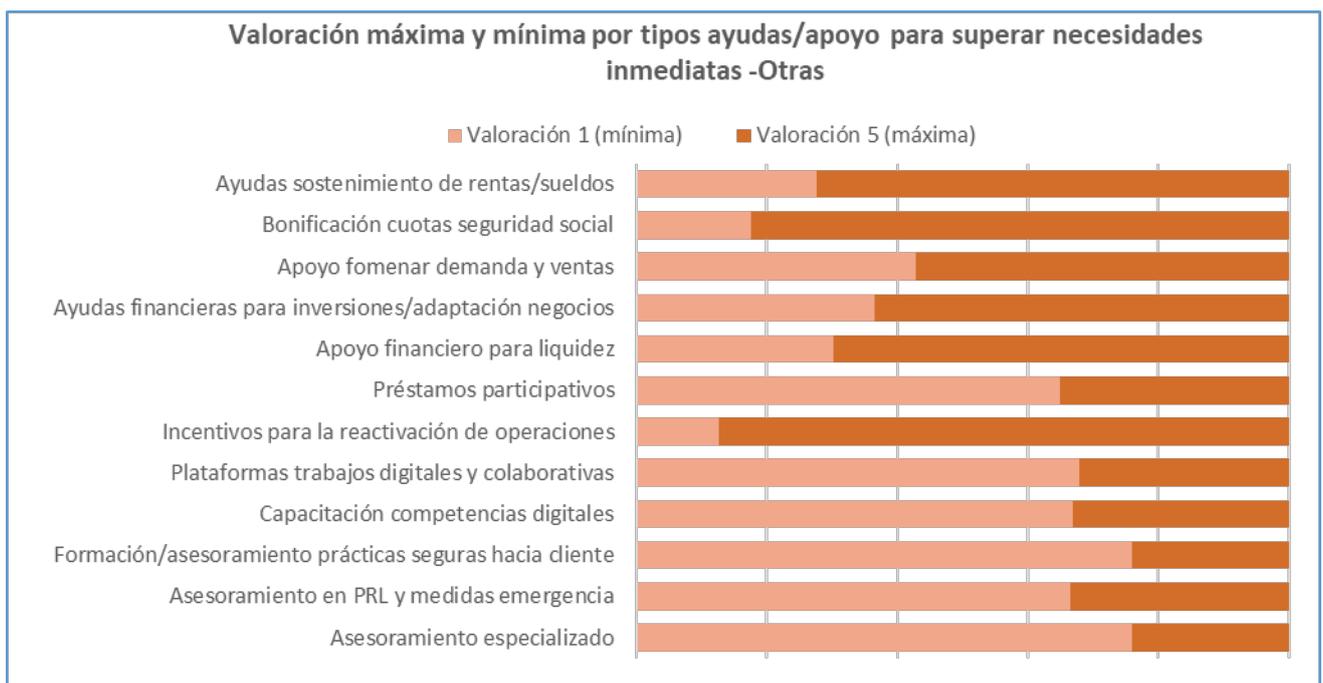
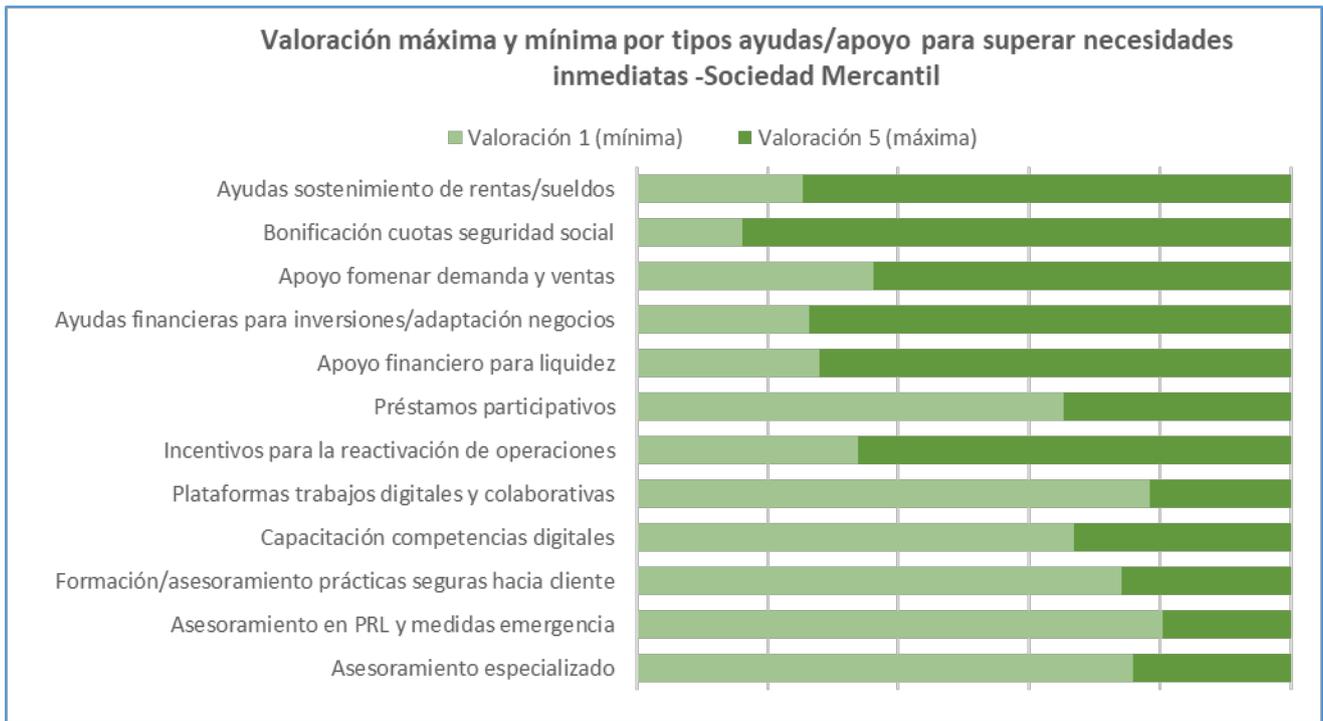


En cuanto a la valoración media de los autónomos no presenta grandes diferencias con los datos generales de la encuesta, destacando que en todos los tipos de ayudas/apoyo se supera el valor medio de 3 sobre 5.



Los siguientes gráficos muestran las valoraciones mínimas y máximas de las empresas de economía social, sociedades mercantiles y otras formas jurídicas.

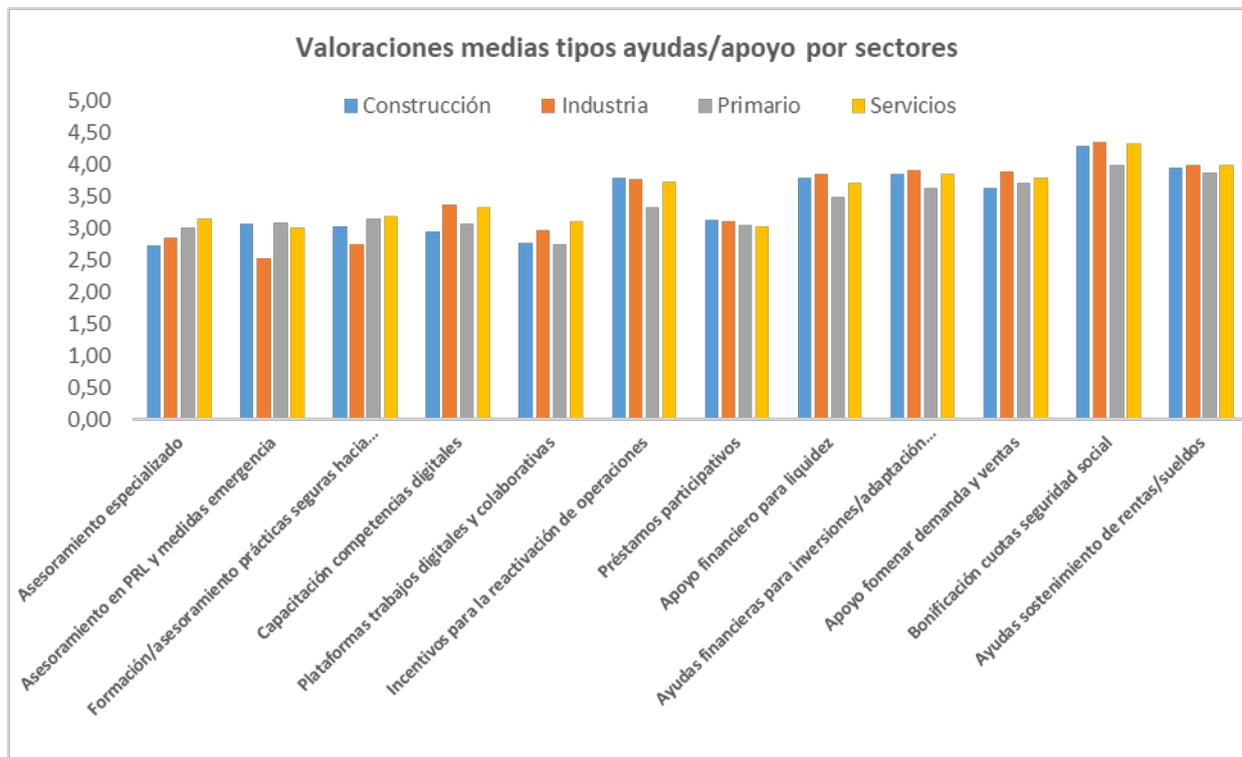




Destacar que prácticamente el 100% de las **empresas de economía social** ha marcado como medida de máxima necesidad las **ayudas financieras para inversiones y adaptación de negocios**. Las **sociedades mercantiles**, al igual que el resto de formas jurídicas, valoran como prioritario las **bonificaciones en las cuotas de la seguridad social**.

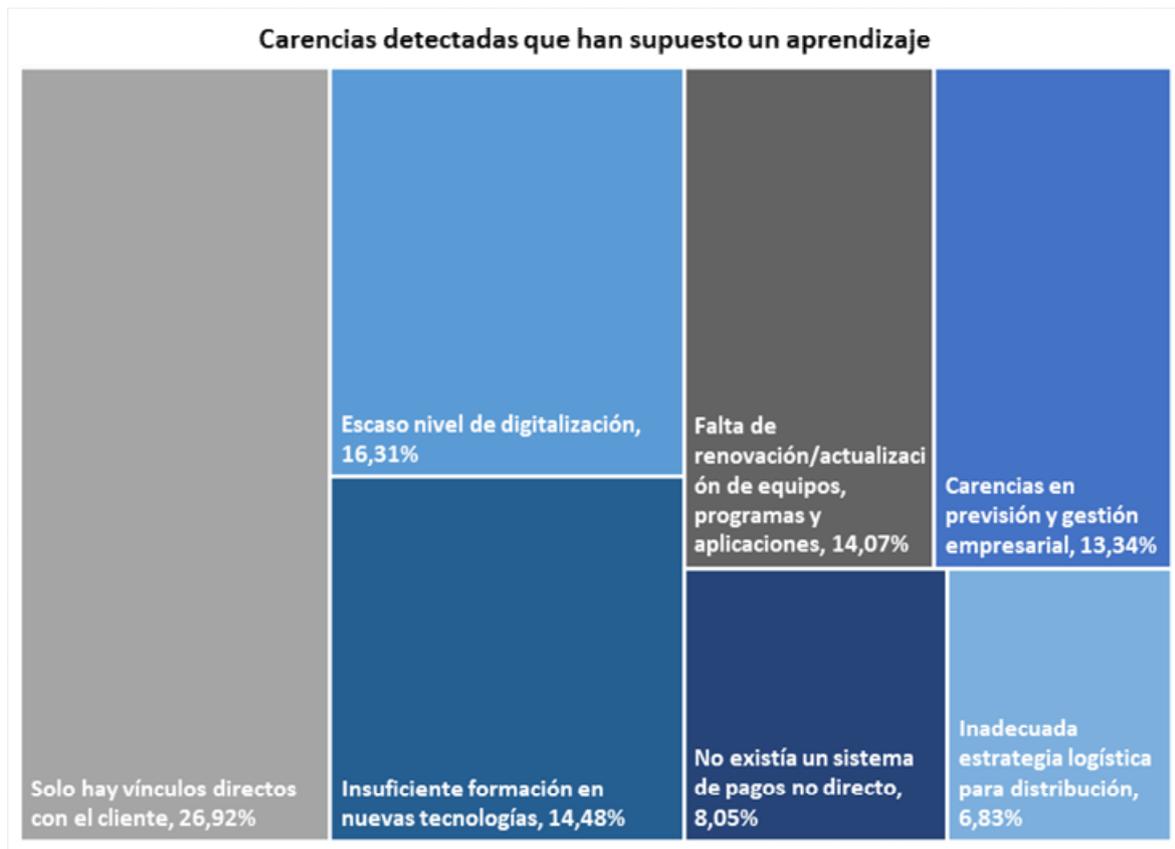
Desde el punto de vista **sectorial**, la tendencia de respuestas sigue la línea de lo que se ha estado analizando en esta pregunta, la importancia de las bonificaciones de las cuotas a la

seguridad social, en menor medida en el sector primario, y medidas para mejorar la liquidez, dejando en un segundo plano aquellas actuaciones más centradas en servicios, tales como asesoramiento especializado, en PRL y formación.



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

En este punto del cuestionario se ha tratado de plantear un autoanálisis de las empresas, para que las empresas sean capaces de **reconocer las debilidades o carencias** que el estado de alarma ha puesto de manifiesto. 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.

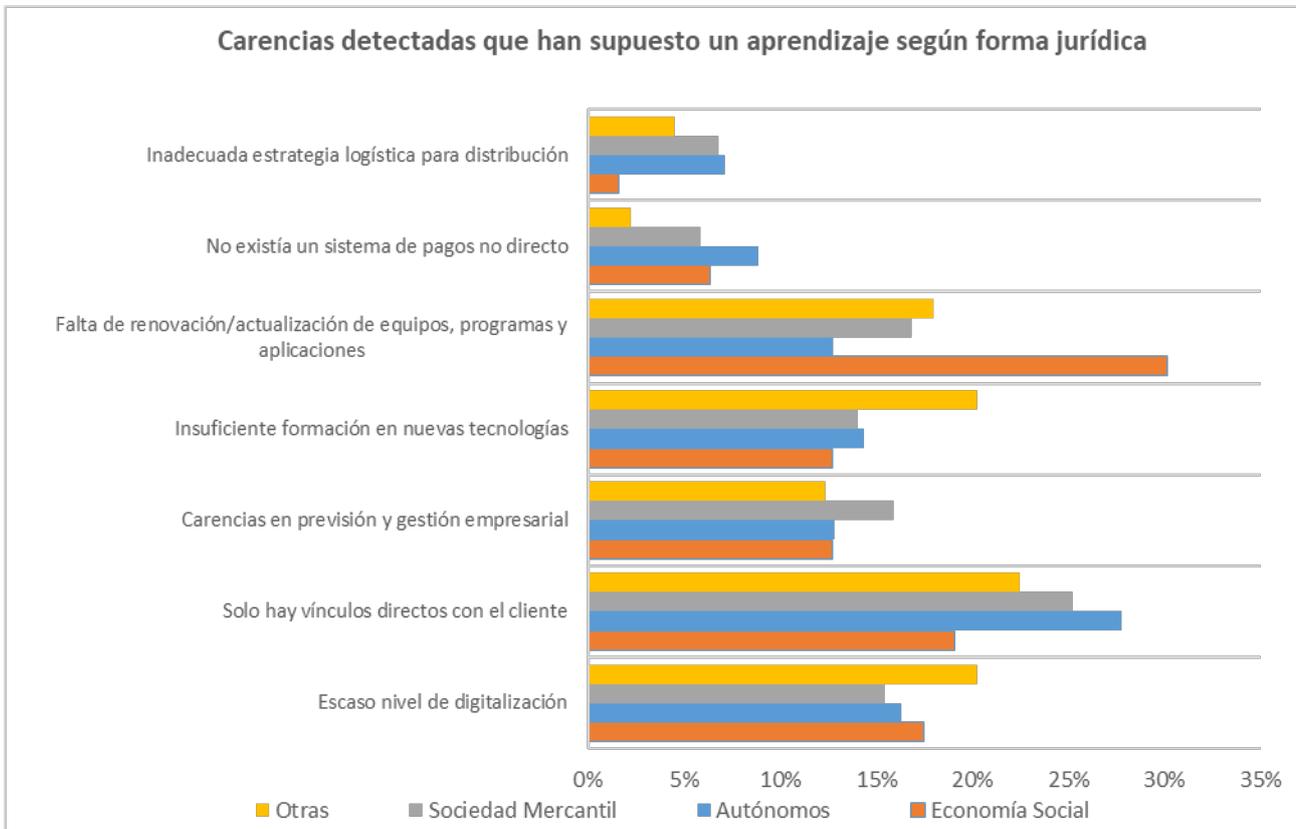


Partiendo de la selección de tres posibles respuestas a esta pregunta, en rasgos generales destaca que casi el 27% de las empresas reconocen que la **vinculación directa con el cliente ha supuesto uno de los escollos más importantes** en la situación provocada por el estado de alarma. No obstante, teniendo 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.

Destaca que casi el 31% 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 la mitad 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 13,34% de respuestas, merece destacarse, y se confirma que las empresas no dan la suficiente importancia a la **planificación y gestión empresarial** y ello se refleja en una menor capacidad de reacción ante una situación extraordinaria como ésta.

El siguiente gráfico trata de explicar las diferentes percepciones detectadas en función de la **forma jurídica** de las empresas.



Si relacionamos este gráfico con el anterior, de resultados generales, se observa que **la importancia de la relación directa con el cliente no es tan acentuada para las empresas de economía social**, que focalizan en mayor medida sus carencias, más de un 30%, en la falta de renovación/actualización de equipos, programas y aplicaciones, cuya explicación puede deberse a la propia actividad en este tipo de forma jurídica, de carácter más industrial. No obstante, sí que coinciden con el anterior análisis en un escaso nivel de digitalización y formación en nuevas tecnologías, en un 30,16% de los casos.

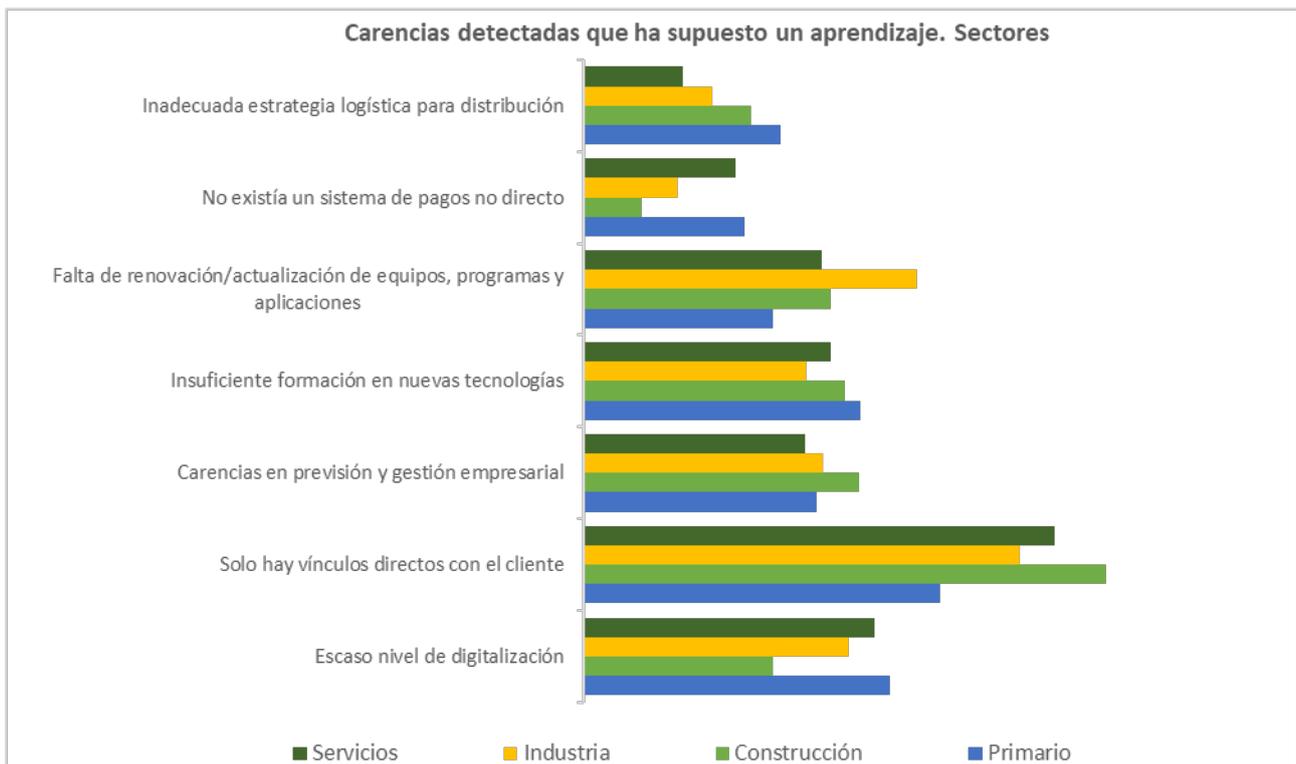
Las **sociedades mercantiles** también han mostrado la **vinculación directa empresa-cliente como el principal problema** percibido, con el 25,23% de respuestas, mientras el resto de respuestas siguen la tendencia de los resultados generales.



Como se aprecia en el gráfico, las **personas autónomas** han expuesto como **principal carencia el vínculo directo con sus clientes**, con casi el 28% de respuestas. Ello se puede explicar 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 formación en nuevas tecnologías y escaso nivel de digitalización**, que reconoce el 30,63%, como una barrera que necesariamente deben de superar para afrontar el estado de nueva normalidad con mayor garantía.

Es llamativo que casi el 9% de los autónomos, reconocen **carecer de sistemas de pagos no directos**, como por ejemplo el pago con tarjeta, que si antes se considera como una modalidad de pago muy extendida, tras la aparición del COVID, se hace prácticamente imprescindible, junto con otras modalidades de pago no directas (pay pal, bizum, etc.).



En el gráfico se observa la **vinculación directa con el cliente como la principal carencia**, fundamentalmente en el sector de la construcción (30,38%) y el sector servicios (27,45%).

De nuevo, un dato llamativo es que el **escaso nivel de digitalización**. El sector de la construcción lo percibe como menos importante en cuanto a carencias, casi el 11% frente al 16,31% de los datos generales, aunque más que una carencia puede asociarse a una menor necesidad de digitalización en este sector. Por otro lado, en este sector, si se aprecia una mayor carencia que el resto de sectores en lo relativo a la previsión y gestión empresarial.

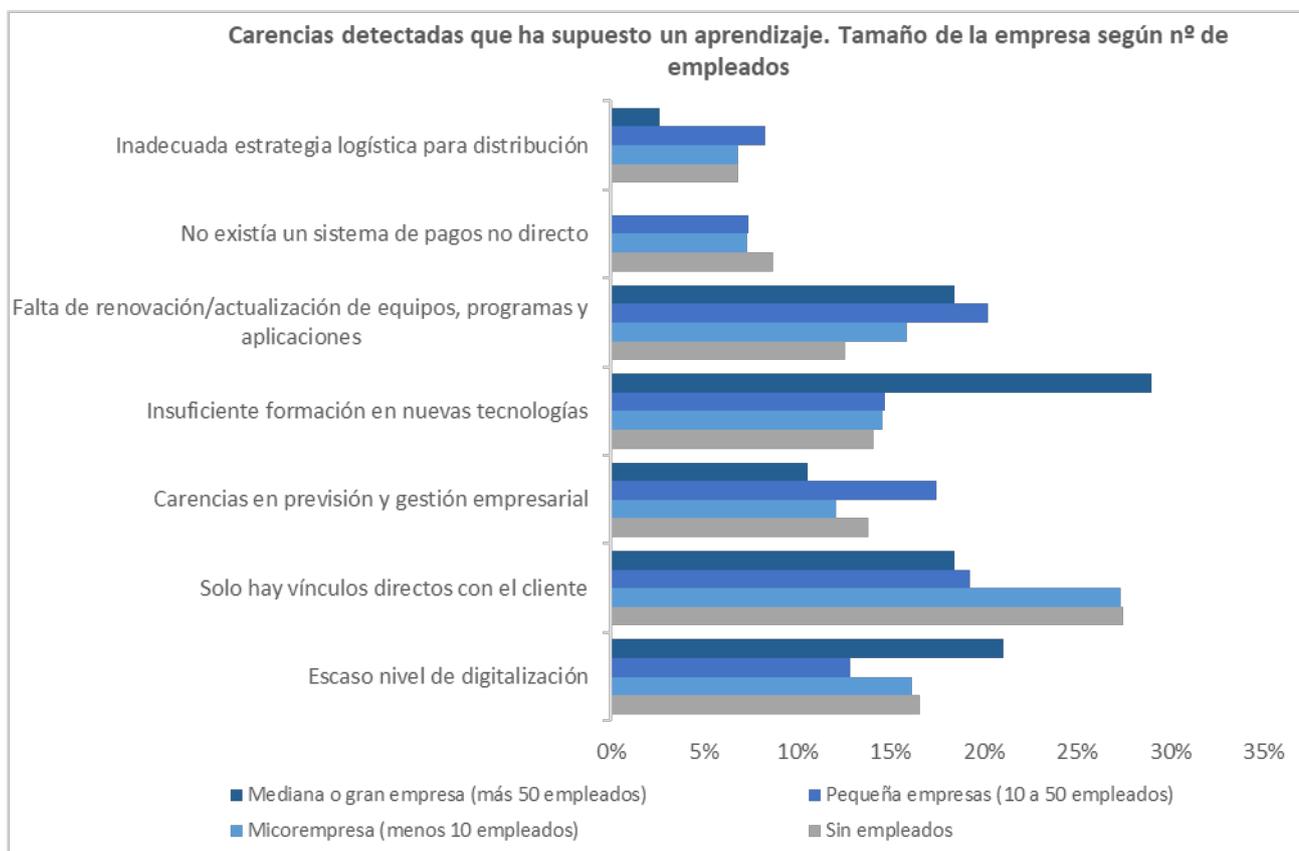
Por último, la **falta de renovación/actualización de equipos, programas y aplicaciones** adquiere mayor importancia en el sector industrial (19,40%) con respecto al sector servicios (3,84%), construcción, (14,85%) y primario, con un 11,02%.

Para concluir el análisis de esta pregunta, es interesante conocer las **perspectivas en función del número de empleados de las empresas**. Destaca principalmente que la carencia con mayor calado en el análisis, la relación directa con los clientes, se hace más evidente, como la propia lógica apunta, en las empresas sin empleados y microempresas (menos de 10 trabajadores), con porcentajes de 27,49% y 27,30% respectivamente, cifras que contrastan de manera significativa con las pequeñas empresas (10 a 50 empleados) y las medianas o

grandes empresas (más de 50 empleados), con porcentajes de 19,27% y 18,42% respectivamente.

Resulta llamativo, aunque con matices, la detección de **insuficiente formación en nuevas tecnologías de las medianas y grandes empresas**, con un porcentaje de respuestas de casi el 29%, frente al 14,08% de las empresas sin empleados.

Es destacable también que la **falta de previsión y gestión empresarial** resalta en las pequeñas empresas con 10 a 50 trabajadores (17,43%), seguida a cierta distancia por los empresarios sin empleados (13,81%).



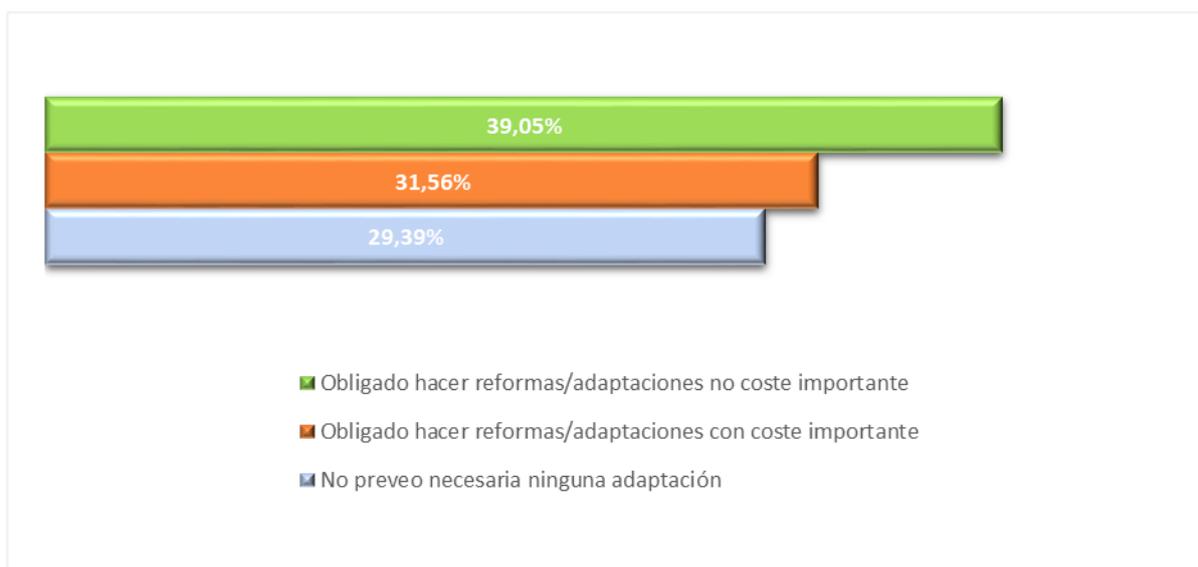
¿Necesitará reformas o adaptaciones? ¿De qué tipo?

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 adoptadas como consecuencia del brote de coronavirus, 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 debido a la pandemia.

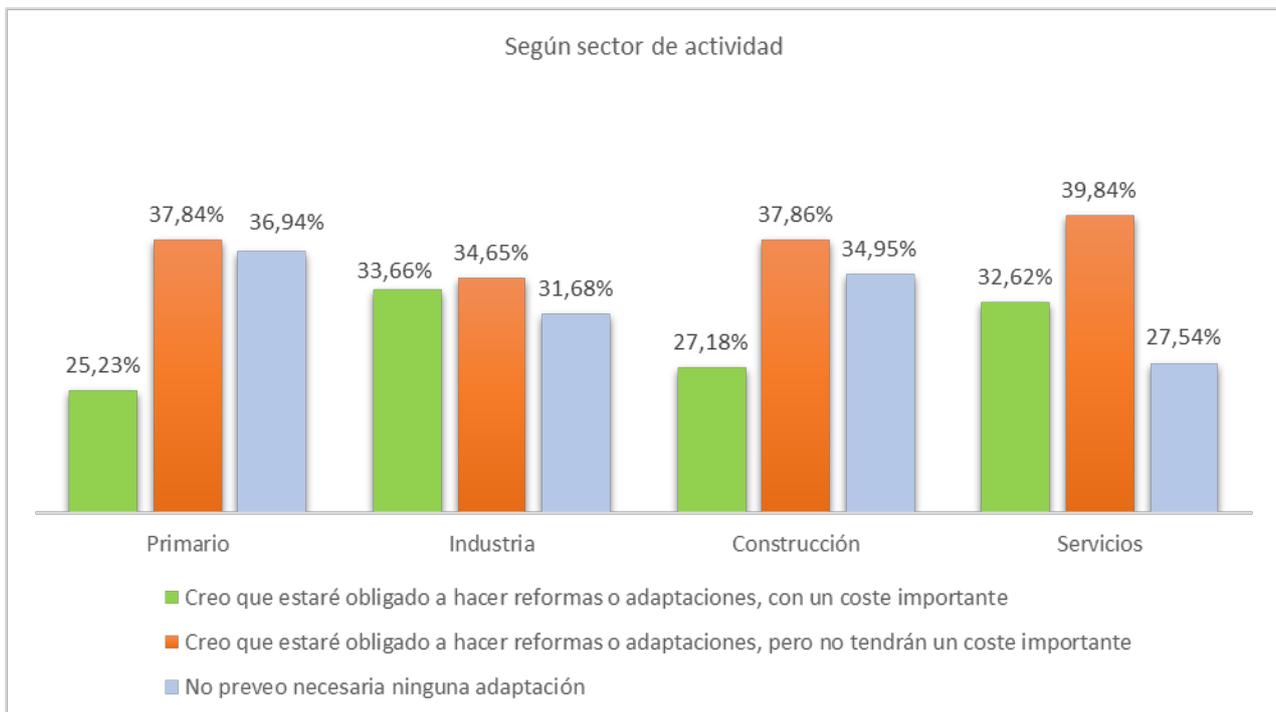
En el análisis de esta pregunta, queda explícito que el empresariado tiene muy claro **que la reanudación de su actividad empresarial va a exigir cambios en sus negocios**. El 70% de las empresas participantes afirman que se verán obligadas a hacer **reformas y/o adaptaciones** en sus negocios, y aunque con poca diferencia, la mayoría considera que no supondrá un coste importante para ellos.



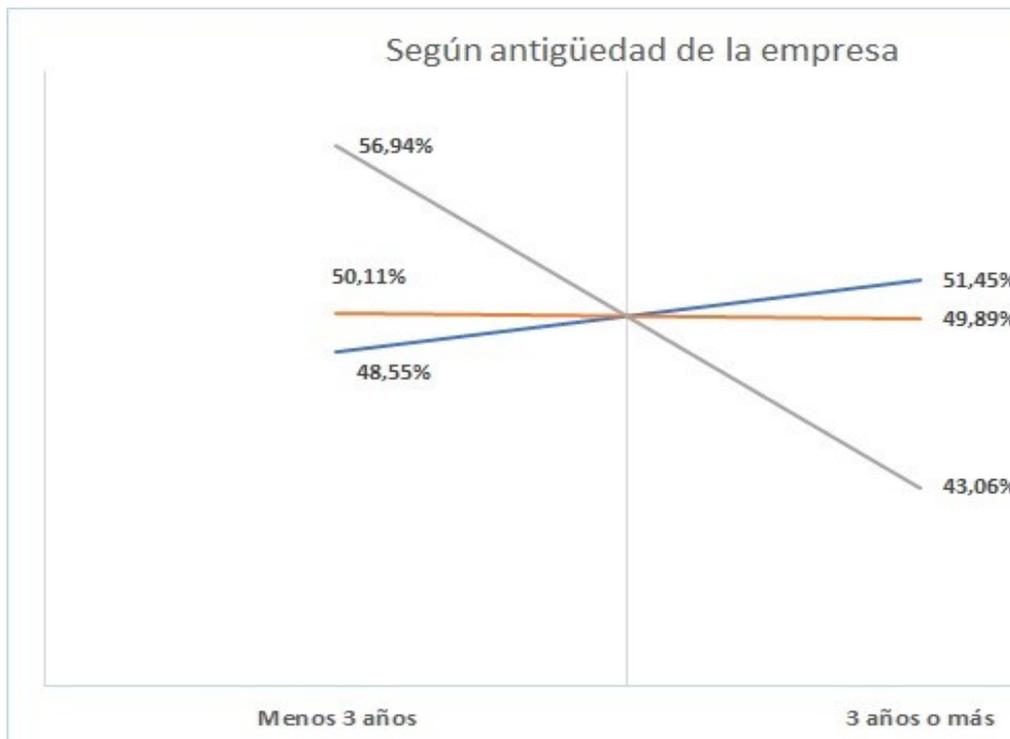
Aunque no se especifica en qué consistirán esas adaptaciones o reformas, según el análisis realizado hasta este punto, pueden estar relacionadas por un lado, con el **cumplimiento de las disposiciones normativas** establecidas por las administraciones para el **cumplimiento de las condiciones higiénicas en el espacio de trabajo y el distanciamiento social**, y que afectan directamente a sus procedimientos y formas de trabajo. En el supuesto en el que se indica que esas modificaciones supondrán un coste mayor, se pueden referir principalmente 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 la renovación de equipos, programas y aplicaciones (pregunta 8).

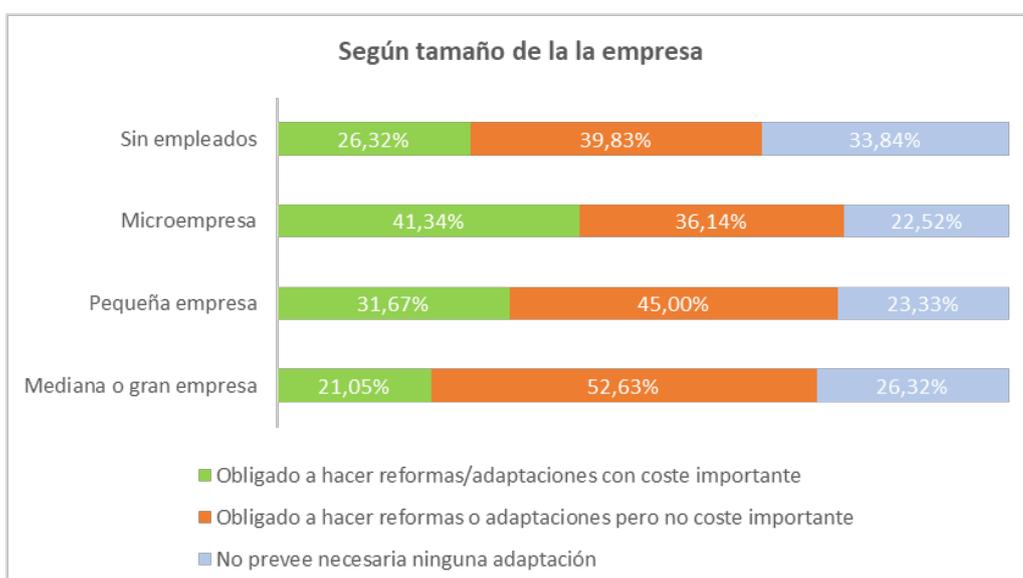
Por sectores económicos, en general, con porcentajes similares, todos reconocen que tendrán que hacer reformas o adaptaciones y que no supondrán un coste importante, aunque en el sector industrial y en el de servicios, la opción de cambios con un coste importante, destacan sobre el resto con un 33,66% y un 32,62% respectivamente. Por su parte, el sector primario y el de la construcción son los que menos prevén tener que hacer cambios.



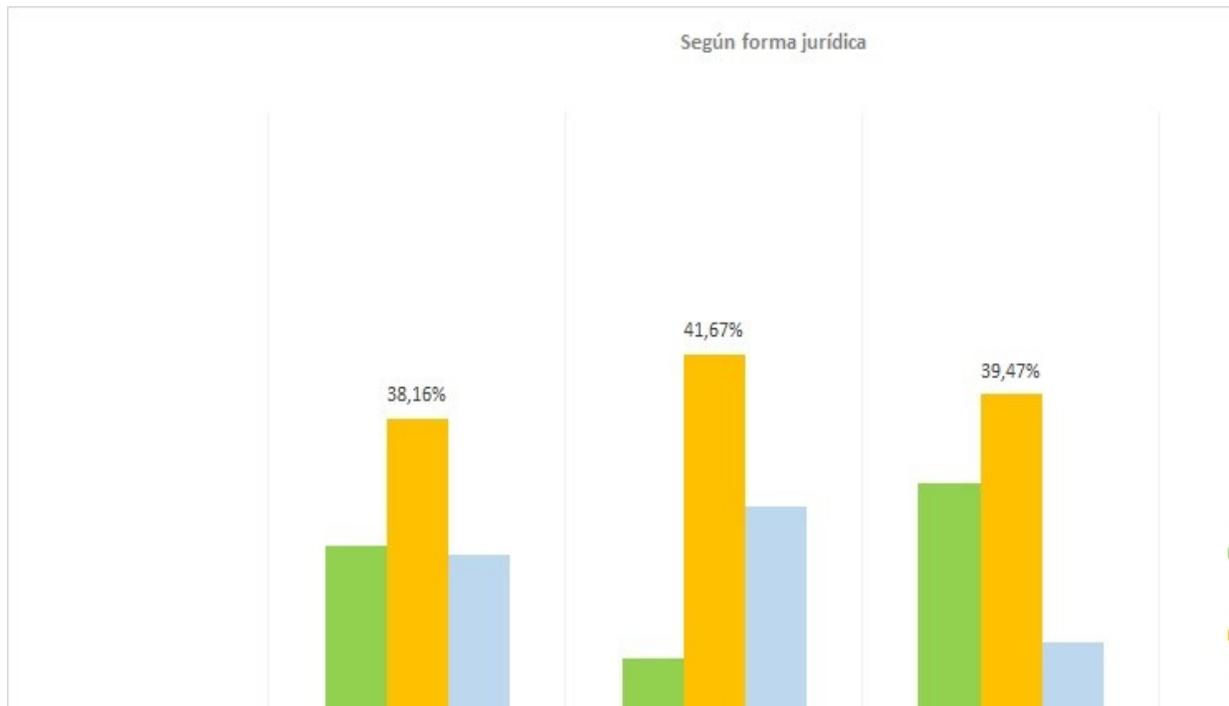
Tomando como referencia la **antigüedad de las empresas**, es importante la diferencia entre las empresas de menos de 3 años y las de más años, en lo referente a la necesidad de hacer reformas o adaptaciones. **Las de menos de 3 años consideran que no necesitarán ninguna adaptación en un 57% de los casos.** En contraposición, son las empresas de más de tres años, las que indican que sí se verán obligados a hacer adaptaciones o reformas que supondrá un importante coste (51,45%)



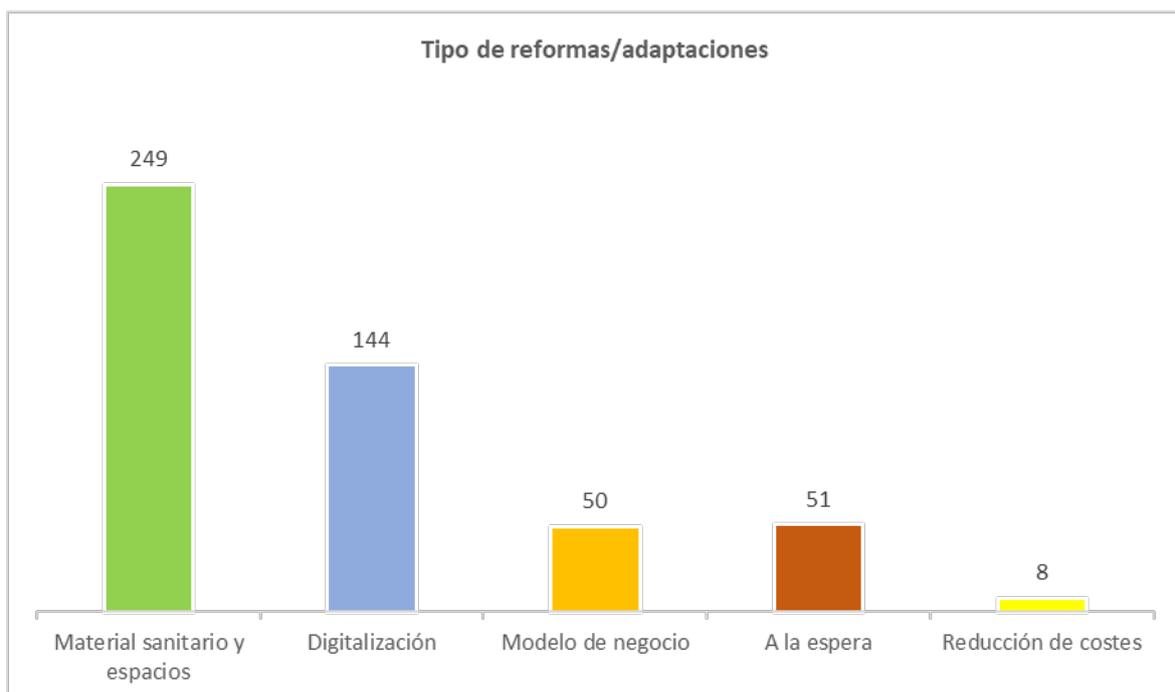
Según el tamaño de las empresas, las de menos de 250 trabajadores consideran que tendrán que hacer adaptaciones en sus negocios ante la nueva realidad económica: el 67,66% de las que no tienen empleados, el 77,48% de las microempresas (menos de 10 trabajadores), y el 76,67% de las pymes. Atendiendo sólo a las variables de reformas/adaptaciones sin coste importante, las medianas y grandes empresas son las que destacan con un 52,63%. Es significativo que el 33,84% de las empresas sin empleados manifiesten que no será necesaria ninguna adaptación, posiblemente por tratarse de trabajadores autónomos que realizan actividades profesionales de manera independiente.



Todas las **formas jurídicas** manifiestan que tendrán que realizar reformas o adaptaciones, si bien, no supondrán un coste importante.



Para conocer el **tipo de reformas y adaptaciones** que las empresas 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, lo engloban las respuestas tendentes a realizar **inversiones en material sanitario, adaptación de espacios de trabajo** a través de reformas que mejoren la seguridad de los empleados y su relación con los clientes. Este conjunto representa un 50% del total.
 - La mayoría piensa realizar inversiones en consumibles de seguridad como pueden ser mascarillas, geles de manos, desinfectantes, guantes de látex, etc.
 - También en compra de maquinaria para la desinfección como máquinas de ozono, alfombras desinfectantes, equipos de filtrado para el aire acondicionado, etc.
 - De igual modo, es reseñable en este grupo la cantidad de empresas que acometerán obras y reformas para ampliar espacios de trabajo y almacenamiento, modificándolos en pro de las medidas de distanciamiento social recomendadas para evitar los contagios.
 - Otro grupo de empresas aúnan estas medidas, de seguridad e higiénicas, con medidas relativas a inversiones en Nuevas Tecnologías.

2. El segundo grupo, lo constituyen aquellas empresas que han indicado que sus adaptaciones vendrán dadas por la inversión en Nuevas Tecnologías en un intento también de potenciar la **digitalización de sus negocios**. El número de respuestas supone el 28%.
 - 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. Un tercer grupo está compuesto de aquellas empresas que informan de **cambios sustanciales en el negocio**, incluso reinventándose e innovando para poder continuar con la actividad empresarial, enfocándose a cubrir la necesidad de los cambios en la normativa, hábitos, gustos, y preferencias de los clientes como consecuencia del COVID19. Este grupo representa en torno al 10%.

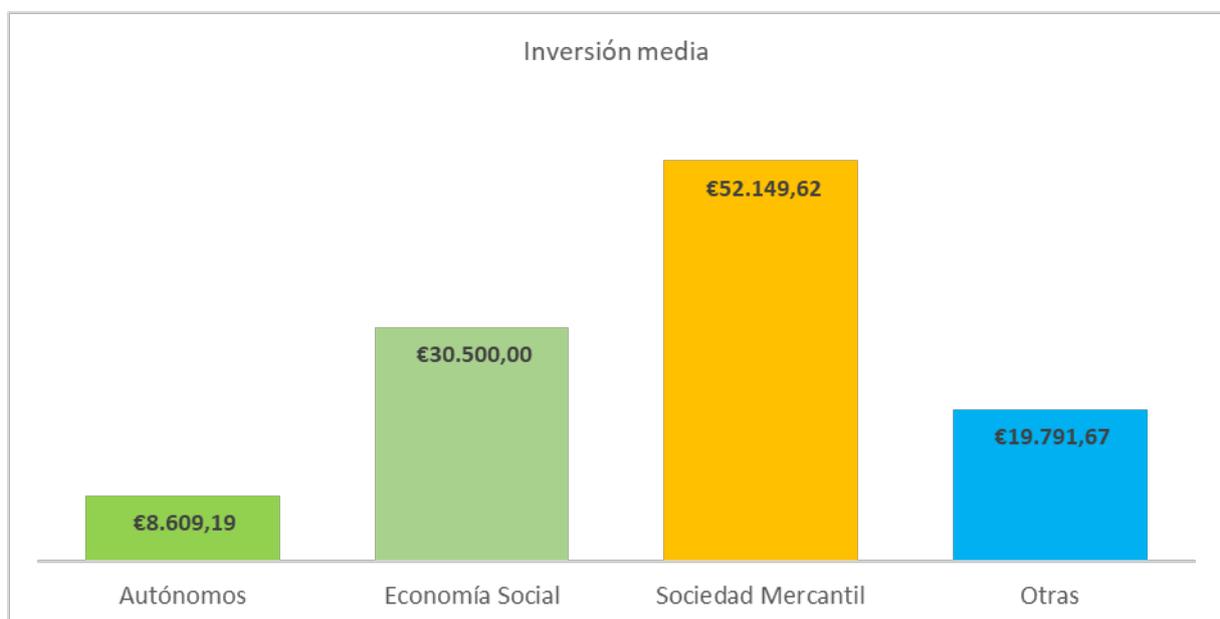
4. El cuarto grupo, lo conforman aquellas empresas que no responden de una manera precisa, alegando en su mayoría que **esperarán a tener más información e**

instrucciones más claras desde la autoridad competente, para saber qué medidas han de adoptar y el coste de las mismas, con objeto de decidir si las pueden llevar, o no, a cabo. Representan el 10% de las respuestas.

5. Finalmente, un quinto grupo, y más minoritario, lo forman aquellas empresas que **no van a realizar ninguna inversión** pero que quieren expresar la necesidad de tener que despedir a trabajadores e incluso cesar en la actividad y cerrar la empresa. Las respuestas recibidas en este sentido son de poca representatividad, con poco más del 1%.

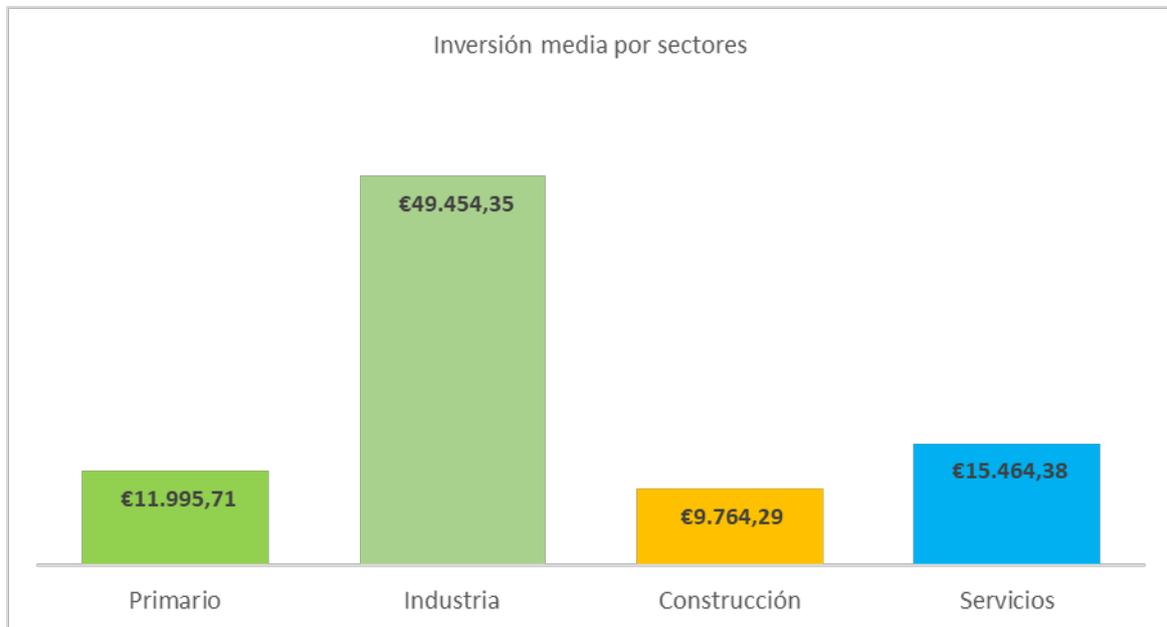
Preguntadas por el coste previsto para estas reformas, se prevé un coste medio de 18.018,09€ por empresa.

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 6 veces superior a la inversión media de los autónomos.



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 la mismas.

Dependiendo del **sector de actividad** se vuelven a apreciar diferencias significativas. El porcentaje de empresas mayor inversión media prevista muestra que la industria es el sector que necesita más recursos, mientras que la construcción refleja la menor previsión.



Panel de 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, han participado 21 personas expertas, contestando a 5 preguntas comunes y abiertas, relacionadas con el objeto del estudio.

NOMBRE	ENTIDAD/EMPRESA	PUESTO
Abel Navajas	WOONIVERS	Fundador & CEO
Adela Romero Ruano	AMCAE ANDALUCIA	Vicepresidenta y representante de Málaga
Alain Uceda	BIG DATIL	Chief Creative Officer
Ana Alonso Lorente	FAME	Presidenta
Ana Jiménez Diax	AFERUM	Tesorera
David Hervás Sanz	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA EL FOMENTO DE LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN	Secretario
Diego Alarcón	REMIND MARKETING	Gerente
Fernando Vazquez Rojas	NATURCODE. EU	CEO
Francisco Liñán	UNIVERSIDAD DE SEVILLA	Vicedecano de Investigación, Transferencia y Emprendimiento
Inés Mazuela Rosado	UPTA ANDALUCÍA	Secretaria general
Javier Artiach	GED CONEXO VENTURE CAPITAL	Partner participadas
Jorge Figueroa Gonzalez	TORNEO INGENIO ASESORES, S.L.	Jefe Recursos Humanos
José Luis Muñoz Borrero	GUADALHAYAN	Director
Jose M Cobo	THE FOOD INTELLIGENCE	CEO
María Gil Cabrera	GOHUB	Manager Gohub Andalucía
Nono Hernández	SUSTENTA Y SERVICIO ANDALUZ DE EMPLEO	Responsable ODS 17 (Sustenta), director de oficina de empleo de

		Vejer y formador IAAP
M^a José Andrade	MUJERES VALIENTES	Directora
Nuria Lopez Morales	IKEBANA SALUD Y BIENESTAR, S.L.	Directora
Paula Casimiro	IDEAS4ALL INNOVATION	Dirección de Proyectos y Dto. Comercial
Pilar Domínguez	CEI PATÍN MACARENA	Directora
Virginia Rodriguez	VIRGINIA RODRIGUEZ	Empresaria

Situación de partida.

Las empresas en general se encuentran en una situación de vulnerabilidad muy elevada, sobre todo por la **gran incertidumbre** que tienen respecto a la duración de las medidas excepcionales, y especialmente por el desconocimiento de las condiciones y retos a los que tendrán que enfrentarse una vez superada la misma. Hay demasiados factores económicos de cuya evolución se sabe poco en estos momentos, como la situación del mercado, las condiciones de acceso 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 va a ser complicado, y las empresas se van a encontrar con dificultades comerciales por la parálisis temporal o por la reducción de otros sectores de actividad a los que están vinculadas. 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 estarán obligadas a acelerar ahora su digitalización o correrán el riesgo incluso de desaparecer.

Otro de los mayores más importantes a los que se enfrentan las empresas es el financiero. La prioridad más inmediata es la supervivencia de la cuenta de explotación y la caja, ya que esta puede ser una de las mayores causas que lleven a empresas y autónomos al cierre. La forma en la que cada empresa pueda volver a una verdadera “normalidad” dependerá de sus capacidades de liderazgo, de financiación de las necesidades de tesorería, y de la capacidad de adaptación hacia la transformación digital, pero sobre todo de la transformación hacia **nuevos modelos de empresa más cooperativos y generosos.**

En cuanto al grado de afección y a la forma de abordar esta situación extraordinaria, hay **una gran diferencia entre sectores** y también entre empresas dependiendo del tamaño y de la situación de estabilidad por la que estaban pasando. También será decisivo el grado de digitalización que había alcanzado cada sector, así como los niveles de flexibilidad y colaboración en los que se estaban moviendo.

Los sectores más afectados son aquellos con **clientes locales** o bien dependen del **turismo y el comercio minorista**, cuyas ventas o servicios han de hacerse de forma personal con el consumidor/cliente. También habrá cambios importantes respecto a las actividades de ocio y a la forma de consumir, que afectaran fundamentalmente al turismo, la hostelería, el alojamiento, comercio, servicios profesionales, talleres, etc. Estos sectores, junto con la agricultura, son los más importantes en Andalucía, y sin duda van a pasar por dificultades muy serias que acabarán con el cierre de aquellas que no estén suficientemente capitalizadas o no sean capaces de adaptarse a la nueva realidad y superar esta “travesía por el desierto”. Estos sectores de actividad tendrán que **pivotar y adaptarse rápidamente** a la situación para sobrevivir, y son los que necesitarán, más que el resto, ayudas y financiación ágil.

Por ello, debemos reflexionar sobre la **“hiperdependencia” del sector turístico** para la economía andaluza. Ante estas situaciones los **sistemas productivos más diversificados o tecnológicos**, son más flexibles y tienen mayor capacidad de adaptación. Por tanto, para evitar vulnerabilidades ante situaciones extraordinarias, hay que avanzar en la transformación productiva hacia **nuevas oportunidades de negocio**, que tengan soporte en la **digitalización**, la tecnología, el uso de IA y de Big Data. Este cambio es imprescindible para adelantarnos a los nuevos acontecimientos que en estos momentos se van a producir a nivel global.

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.

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.

El componente psicológico del cliente ante el riesgo de contagio también es un factor que repercutirá en el consumo. Por ello, es muy importante trabajar **para recuperar la confianza** y al menos, en la medida de lo posible, la demanda. Por otro lado hay que reconocer la **capacidad de adaptación** que han demostrado los autónomos y autónomas, adaptándose en muchos casos a con medidas de atención a domicilio, la incorporación al comercio digital, y prestación de servicios on line, que sin duda, ha sido un factor crítico para la supervivencia del negocio y al mismo tiempo ha acortado la brecha digital que padecía este colectivo.

Retos y necesidades de adaptación

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 será la optimización tecnológica, a través de la digitalización de los procesos, y la implantación de metodologías ágiles.

Por una parte, habrá que **ver a la tecnología como un gran aliado** 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, eventos mixtos entre online y presencial limitado, redes, soluciones de realidad aumentada, etc. La digitalización ha de orientarse principalmente a ventas y acceso a mercados, y en segundo lugar a la comunicación activa y segura, con trabajadores, clientes y proveedores, trabajando en entornos digitales compartidos.

Por otro lado será más fácil para quienes implanten **metodologías ágiles y lean**, que aporten capacidad de adoptar decisiones rápidamente para adaptarse a la nueva normalidad, simplifiquen todo aquello que no añada valor y siempre que sea posible reorienten la comercialización.

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.

Por tanto, es un momento para superar la crisis y las pérdidas, pero también de **pararse a reflexionar y a reorientar estrategias**. Es un momento para replantearse la necesidad de diferenciación, la dependencia de otros países en materias primas, de hacer políticas para ayudar y proteger a la pyme versus multinacionales que pueden aprovechar esta debilidad de la economía para absorber. Así, una de las enseñanzas de esta crisis puede ser la **necesaria relocalización de industrias estratégicas**. Para ello debe existir colaboración público-privada y cooperación entre empresas del mismo sector o sectores afines.

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.

En el caso de las **empresas andaluzas**, es básico seguir avanzando en la internacionalización. Andalucía debería orientar su mercado a Asia y especialmente Latinoamérica, donde el compromiso y la credibilidad los productos españoles gozan de altos niveles de reputación, lo que facilita la penetración, la recurrencia y el volumen.

En el **agro**, por ejemplo, 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.

En cuanto al **sector turístico**, el reto será atraer al menos a viajeros nacionales a medio plazo. Habrá que invertir mucho en publicidad institucional para recuperar la imagen exterior de nuestra comunidad como destino turístico libre de coronavirus o al menos con niveles muy controlados.

Respecto al **factor trabajo**, este cada vez menos será medido en tiempo, sino que lo importante será el **rendimiento y los proyectos para alcanzar objetivos**. Muchas empresas van a tener que ajustar y adaptar la plantilla de trabajadores a una situación en la que extremar el ahorro de gastos, y tendrán que buscar nuevas formas de trabajar minimizando costes.

El reto de la **flexibilidad** en los formatos de relación laboral, con nuevas formas también de remuneración, no solo pecuniaria, sino emocional, formativa, temporal, etc. está por desarrollarse en beneficio, sobre todo, de los propios trabajadores. Para ello se requiere un empresariado maduro y de miras altas que sepa aprovechar de cada empleado su talento y sus capacidades más humanas.

El **teletrabajo** ya no se plantea como una opción, sino una nueva forma de relación laboral que cada vez tendrá más implantación, pero tan importante como llevar el trabajo a casa será el poder trasladar el concepto de "casa" al espacio laboral, es decir, trasladar seguridad, privacidad, y confianza. Solo así será un éxito bienavenido para personas empresarias y trabajadoras.

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.

Sin duda, el **apoyo de todas las administraciones públicas** en la agilización de trámites administrativos y en el acceso a financiación, será fundamental. También la **cooperación público-privada** va a resultar muy importante, siempre y cuando la administración sepa adelantarse a las necesidades para atender las carencias de aquellas empresas que no tienen capacidad de transformarse por sí solas, bien por falta de empuje o por falta de conocimiento.

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 (entornos VUCA), que sean largo recorrido y resistentes a la incertidumbre.

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

Probablemente algunos emprendedores puedan encontrar **nuevas oportunidades** de negocio, entre los que se encuentran todos los que sepan interpretar cuáles van a ser los requerimientos de la sociedad en cuanto a salud, ocio, alimentación, movilidad, arquitectura, construcción, moda, comunicación, etc. 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.

Hay **sectores muy definidos** que probablemente estén en mejor posición de salida al ir saliendo de 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.

Sin duda, todas las actividades asociadas la **réplica en escenarios virtuales** van a tener un desarrollo enorme. La hiperrealidad apoyada por tecnologías 5G, big data y AI, será oportunidades que seguirán en auge, y con ella todas las industrias asociadas: visualización de datos para que sean manejables por el usuario, creación de contenidos y narrativas que faciliten y mejoren la experiencia de usuario, internet de las cosas y todo aquello que permita integrar herramientas tecnológicas en un nuevo formato de relaciones en el que todo, lo personal y lo laboral, va a estar más mezclado que nunca.

Este avance en lo digital y virtual también tendrá efecto rebote hacia un mercado creciente para el que trate de "evadirse" de la permanente omnipresencia digital. La **necesidad de desconexión** será una tendencia creciente, y abre oportunidades a un nuevo pensamiento del sector turístico y de ocio, no ya como proveedor de espacios integrados sino de espacios de reconexión interna.

Otros **sectores de actividad con futuro** son la biotecnología, los desarrollos tecnológicos de telemedicina, la seguridad informática, y actividades como el legaltech, marketplaces, y los desarrollados en entornos colaborativos. Es previsible que se expanda el concepto de car-sharing a otros sectores, es decir, que se optimice el uso de productos y servicios mediante **usos compartidos** de oficinas, pero también de hoteles, de espacios comerciales, etc. Y por supuesto 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.

La **construcción y la reforma** de espacios inmobiliarios tiene una oportunidad en la readecuación de los espacios a las nuevas necesidades y requisitos. Las necesidades de teleeducación y teletrabajo llevarán a un nuevo diseño de espacios de modularidad más flexible. En definitiva, la combinación de tecnologías y nuevos formatos de relación hace previsible que todos los sectores tengan nuevas oportunidades de desarrollo. Hay que rediseñar una nueva hostelería y un nuevo formato de espectáculos, de comercios y centros comerciales, porque los cánones sobre los que se han basado, hasta hace muy poco, ya han sido transformados.

La **movilidad** es otro de los sectores que va a cambiar radicalmente. La micromovilidad se abre paso ahora que, por ejemplo, el uso del transporte público masivo es un factor de riesgo.

Y no puede pasar por alto la gran oportunidad que parte del desarrollo de los **procesos de transformación del sector primario** que aportan valor añadido, estableciendo canales de ventas digitales, ahorrando costes y activando canales de comunicación directa con el consumidor final.

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.

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.

Sin duda un elemento clave será dar **facilidades fiscales y acceso al crédito** para las empresas. En estos momentos se necesita una Administración ágil y resolutive, que vaya reduciendo la dependencia que se ha ido generando en esta situación extraordinaria. Las **ayudas directas** también seguirán siendo necesarias para aquellas empresas que han de invertir para poder adaptarse a las nuevas exigencias de seguridad e higiene, o que deben hacer frente a problemas inmediatos de liquidez. Pero será básico **atender estos compromisos de forma puntual**, porque las empresas no pueden financiar sus propias ayudas.

Además, se necesita un apoyo específico destinado a los ecosistemas emprendedores al objeto de facilitar la generación de start-ups con capacidad de crecimiento, innovación y expansión internacional. La mejor estrategia, pasa por **mantener y potenciar los servicios ya existentes**, como las incubadoras, aceleradoras, parques científico-tecnológicos, etc., con apoyo a la escalabilidad de los proyectos. Será muy importante **ser consciente del gran papel que tienen las empresas innovadoras** en todo este escenario. Las startups y compañías disruptivas siempre funcionan de manera más ágil y pueden ser el vehículo tractor de esa innovación hacia el resto del tejido empresarial.

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 tengas 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.

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. La única institución capaz de **trasladar esa visión sistémica** a la sociedad es, precisamente, la Administración pública, y esa visión integrada ha de reflejarse tanto en sus presupuestos como en sus desarrollos y servicios.

Será importante que la Administración genere el clima de confianza necesario para que se impulse la demanda y, especialmente, que fomente los **espacios de colaboración** para buscar soluciones, definir necesidades y establecer medidas de forma conjunta. A partir de ahora el **conocimiento y la planificación** son elementos básicos: hay que apostar por tener análisis constantes y certeros de los mercados y la economía, conociendo las mejores prácticas en otros territorios y elaborando planes y estrategias realistas y realizables, contando con todo el ecosistema, para la reactivación económica de Andalucía.

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.

Andalucía puede orientarse a ser un destino para personas de talento de todo el mundo, donde vivir o trabajar en remoto, donde invertir y sustentar las economías locales. Se trata de impulsar la **promoción de Andalucía como destino** para atraer turistas y trabajadores que generen capital humano y económico.

Por otra parte, 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.

Por otra parte, Andalucía cuenta con un territorio privilegiado y no se está aprovechando suficientemente bien. Hace falta hacer un buen **plan de gestión del territorio** que englobe todas las áreas económicas, diversificar y no centrarse solo en el sector turístico y en el agroalimentario, que son muy potentes y necesarios, pero no pueden ser el sustento de todo el sistema productivo de una región. Ahora, más que nunca, es muy importante diversificar las producciones y potenciar el consumo de lo cercano, al mismo tiempo que se mejora **la marca de Andalucía y su imagen** en el exterior como productores de calidad.

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.

No debemos olvidar el fomentar la **contribución a los ODS y la ética y valores** en los negocios. Como sociedad con valores, debemos aspirar a que esos valores sean los que imperen en la economía a través de nuevas fórmulas para medir el éxito empresarial (balance financiero-social-ambiental, balance del bien común), y a ligar la fiscalidad, la concesión de incentivos o las adjudicaciones públicas a las empresas más responsables en lo ambiental y social, para asegurarnos de que la inversión y el gasto genera la mayor contribución posible al Bien Común.



Junta de Andalucía