



**Unión Europea**

**Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural**

*Europa invierte en las zonas rurales*



**Castilla-La Mancha**



# Situación de necesidades empresariales en La Manchuela de Albacete (crisis COVID-19)

CEDER

ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA MANCHUELA

12-6-2020



## Contenido

2

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL INFORME .....	4
2. METODOLOGÍA DEL TRABAJO.....	5
3. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN DE PROMOTORES LEADER .....	8
3.1. PROCESO PRODUCTIVO Y GESTIÓN EMPRESARIAL.....	9
3.1.1. PROCESO PRODUCTIVO .....	9
3.1.1.1. ACCESO A SUMINISTROS .....	9
3.1.1.2. PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS .....	11
3.1.1.3. COMERCIALIZACIÓN: VENTA Y DISTRIBUCIÓN .....	13
3.1.2. GESTIÓN EMPRESARIAL .....	16
3.1.2.1. PAGO A PROVEEDORES .....	16
3.1.2.2. COBRO A CLIENTES.....	17
3.1.2.3. TENSIONES DE TESORERÍA.....	19
3.2. EMPLEO.....	21
3.3. FINANCIACIÓN E INVERSIONES POR FINALIZAR.....	23
3.3.1. ACCESO A FINANCIACIÓN .....	23
3.3.2. INVERSIONES RELACIONADAS CON AYUDAS LEADER.....	26
3.4. MEDIDAS COVID Y RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES .....	30
3.4.1. CONOCIMIENTO Y ACOGIMIENTO DE LAS MEDIDAS POR PARTE DE PROMOTORES.....	30
3.4.2. RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES.....	34
3.5. OTRO TIPO DE PROBLEMAS APUNTADOS POR PROMOTORES.....	35

3.6. PRINCIPALES DEMANDAS DE MEDIDAS POR PARTE DE PROMOTORES .....	36
4. CONCLUSIONES.....	38
4.1. CONCLUSIONES SOBRE PRINCIPALES PROBLEMAS.....	38
4.1.1. DESDE UN PUNTO DE VISTA CUANTITATIVO .....	38
4.1.2. DESDE UN PUNTO DE VISTA CUALITATIVO .....	40
4.2 CONCLUSIONES AGRUPADAS POR SECTORES ECONÓMICOS Y TIPOS DE EMPRESA .....	42
4.2.1 POR SECTORES ECONÓMICOS.....	42
4.2.2. POR TIPO DE EMPRESAS .....	49
4.3. OTRAS CONCLUSIONES.....	52
5. RECOMENDACIONES DESDE EL GRUPO DE DESARROLLO RURAL DE LA MANCHUELA.....	54
5.1. PARA LA ACCIÓN DEL GDR.....	54
5.2. PARA LA ACCIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES .....	55

## 1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL INFORME

Desde los momentos iniciales del **Estado de Alarma**, decretado el pasado 14 de marzo como consecuencia de la crisis sanitaria desatada por la COVID-19, desde el **Grupo de Desarrollo Rural de la Manchuela (Asociación para el Desarrollo de La Manchuela)** nos propusimos obtener información sobre los **impactos socioeconómicos de la pandemia en nuestra comarca** a partir de dos ejes: el económico y el social.

El primero de ellos se ha desarrollado específicamente desde el CEDER y este **informe** supone la presentación de los resultados obtenidos en esta primera oleada de datos recabada entre los **promotores Leader con proyectos productivos**.

El segundo se está llevando a cabo a lo largo del mes de junio en colaboración con la **Mancomunidad para el Desarrollo de la Manchuela**, a través de los Servicios Sociales y los Centros de la Mujer que son de su competencia.

De este modo, **queremos contribuir con el resto de agentes territoriales (administraciones, entidades del tercer sector, empresas, sociedad civil y recursos técnicos y profesionales de la comarca) a organizar las respuestas más eficaces para reducir los impactos negativos que sin duda esta crisis está trayendo y traerá para nuestra población.**

Este enfoque ha sido compartido por el resto de **GDR de la provincia de Albacete**, cuyos técnicos realizan reuniones telemáticas periódicas para mantenerse al tanto de la situación específica de cada uno de los seis territorios: Monteibérico-Corredor de Almansa, Campos de Hellín, Sierra del Segura, Mancha Júcar-Centro, Sierra de Alcaraz y Campo de Montiel y Manchuela de Albacete.

En dichas reuniones, acordamos utilizar diferentes instrumentos para poder tener de forma directa información de los promotores y de otras empresas comarcales que nos permita obtener una primera fotografía para evaluar la situación de necesidades empresariales unos meses después de iniciada la pandemia. Por tanto, este informe refleja la situación actual y las expectativas que tienen las empresas, pero deberá ser actualizado periódicamente para conocer la evolución de los efectos y los procesos de adaptación y corrección que adopten los sectores económicos y las empresas por iniciativa propia y/o contando con las ayudas de las diferentes administraciones.

Este **informe comarcal** tiene sus homólogos en las otras cinco comarcas de Albacete y, a partir del análisis de los resultados comarcales, se podrá obtener una fotografía completa de la situación en la provincia de Albacete que será compartida con el resto de los Grupos de Castilla - La Mancha, a través de la **Red Castellano Manchega de Desarrollo Rural (RECAMDER)** y con la **Dirección General de Desarrollo Rural** de la Consejería de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural, en nuestro caso, a través de la Dirección Provincial de Albacete. El objetivo, por tanto, es que los **Grupos** de la provincia –y de toda la región– puedan **ofrecer sus diagnósticos, conclusiones y propuestas** para que la Administración competente en materia de Desarrollo Rural y de la aplicación del Programa *Leader* adopte las medidas y políticas públicas más convenientes para atajar las necesidades del tejido empresarial rural.

**El informe se organiza en cinco apartados**, incluyendo esta introducción. En el segundo, se expone la metodología de trabajo seguida. El tercero constituye el núcleo del informe y contiene la presentación de las situaciones de necesidad manifestadas por los promotores en torno a cinco ejes: *proceso productivo* y

*gestión empresarial; empleo; financiación e inversiones en curso; conocimiento y grado de acogida a las medidas COVID; priorización de problemas; y demanda de medidas a las administraciones.* En dicha descripción, se tendrá en cuenta la diferente incidencia según sectores y tipos de empresas. En el cuarto epígrafe, se recogen las principales conclusiones. Y, en el quinto y último, se plantean unas recomendaciones y consideraciones a valorar en primera instancia por el Grupo de Desarrollo Rural de la Manchuela.

## 2. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

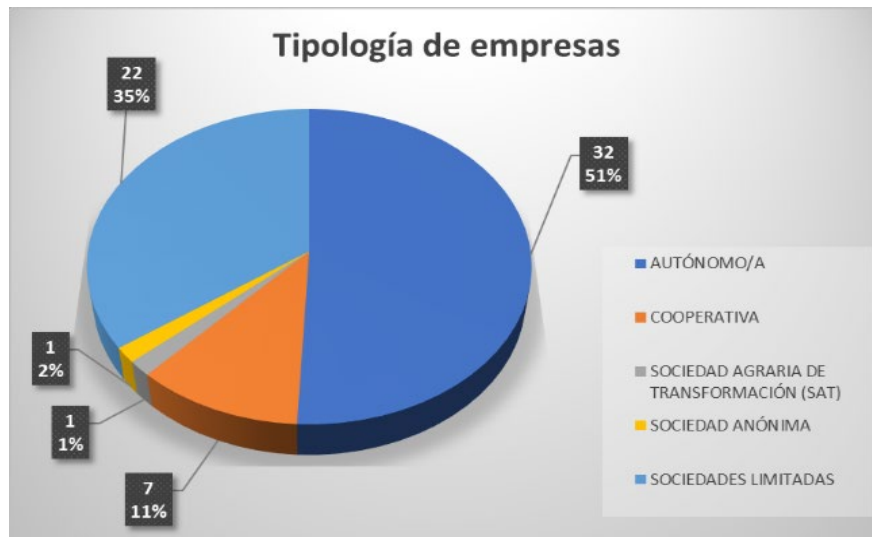
El principal elemento metodológico utilizado ha sido un **cuestionario abierto** (FICHAS) remitido a los **118 promotores de proyectos productivos** que han presentado solicitud al CEDER a lo largo del Programa Leader desde septiembre de 2016, pero distinguiendo entre quienes tienen:

1. El proyecto certificado y pagado.
2. El proyecto con contrato Leader y en ejecución.
3. El proyecto solicitado, pero sin resolución y a la espera de la convocatoria de ayudas con la 2ª asignación financiera Leader.

Las respuestas fueron **recogidas entre el 9 de abril y el 14 de mayo** y sistematizadas a partir del cierre de la encuesta. Esto significa que los contenidos hacen necesariamente referencia a los primeros impactos económicos de la COVID en las empresas y que los problemas y situaciones de necesidad descritos en el informe deberán ser revisados y reevaluados a lo largo de los próximos meses para ver su evolución en función de la pandemia y de las medidas aplicadas por administraciones y empresas.

El cuestionario ha sido cumplimentado por **63 promotores** (el 53,4%) a través de un formulario Word remitido por correo-e (50 de las respuestas) o por un formulario GOOGLE enviado por teléfono móvil (13 respuestas). Algunas personas han solicitado apoyo del CEDER para la cumplimentación de los mismos y se ha hecho seguimiento telefónico a todas las personas a las que se les remitió la FICHA o cuestionario. Algunos de ellos han presentado más de un proyecto a lo largo del programa.

También se ha recurrido a obtener información puntual de asesorías y gestorías de empresas de la comarca y de entidades financieras, así como de la *Asociación de Turismo Rural de la Manchuela (ASTURMAN)* y de la *Asociación Rutas del Vino de la Manchuela*.



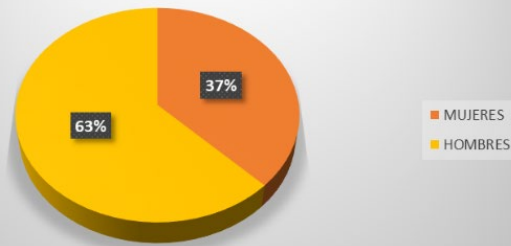
Dada la **diversidad de sectores y tipologías de empresas**, puede decirse que los resultados aquí presentados recogen una muestra representativa del tipo de promotor Leader de la comarca, si bien las conclusiones que se establezcan no pueden generalizarse de manera automática a todo el tejido empresarial del territorio. Los cinco primeros gráficos resumen los resultados de los **63 cuestionarios** recibidos y dan cuenta de dicha diversidad.

Casi **tres cuartas partes de los cuestionarios** recibidos corresponden a proyectos de promotores que **no han obtenido financiación** con cargo a la primera asignación y tienen la opción de presentar de nuevo su proyecto a la próxima convocatoria en concurrencia competitiva de la 2ª asignación de fondos Leader<sup>1</sup>. Es decir, estos proyectos son aún una **demanda viva del grupo** que será evaluada cuando entre en vigor la nueva convocatoria Leader. La otra cuarta parte corresponde a proyectos ya certificados y pagados, por tan sólo un promotor que ha contestado de los nueve que tienen contrato en vigor y, por tanto, pueden haberse visto afectados por los plazos de ejecución de su proyecto.

En cuanto a **tipología de empresas**, la mitad (51%) de promotores que han contestado son **Autónomos/as** y, de estas 32 empresas, también la mitad tenían contratada al menos a otra persona antes de la crisis. Las **Sociedades Limitadas** suponen algo más de un tercio (22 empresas) de las fichas recibidas y las **Cooperativas**, el 11% (7 de las 63). Todas las SS.LL. como las Cooperativas que remitieron el cuestionario tienen personal contratado.

<sup>1</sup> La aprobación de dicha convocatoria por parte del grupo estaba prevista para la Junta Directiva del 17 de marzo que hubo de ser suspendida tras la declaración del Estado de Alarma (confinamiento).

**Figura principal de las empresas, por sexo**



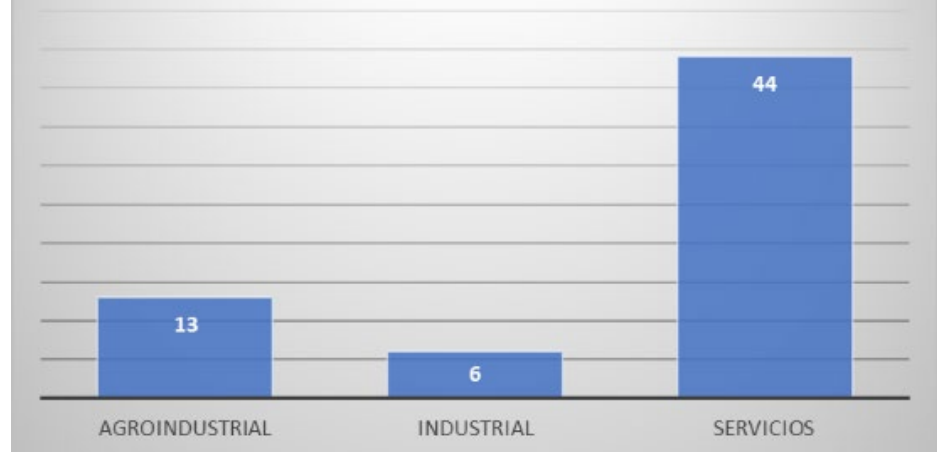
Por **sexo**, se ha podido identificar la figura principal en 51 de las 63 empresas que mandaron la ficha, teniendo en cuenta que esta identificación sólo era posible hacerla de manera directa en el caso de autónomos/as (32). En dos de cada tres de esas 51 empresas, están al frente hombres.

Respecto a la distribución por **sectores económicos**, el 70% corresponde a empresas de servicios (44), el 20,5 % a agroindustria (13) y el 9,5% a industria (6). Dentro del sector servicios, el **comercio de tienda** (11 empresas) y los **alojamientos rurales** (8) aportan el 43,2% de las fichas (25 y 18,2%, respectivamente). El resto de servicios (25 empresas) ofrecen una diversidad coherente con la composición del tejido empresarial de la comarca (talleres, estética, servicios forestales, deportivos, sociosanitarios, mantenimiento...). En la categoría de "Otros" se incluyen un núcleo zoológico, un restaurante, una empresa de transporte de viajeros y otra de consultoría y formación.

**Nº EMPRESAS - SECTOR SERVICIOS**



**Nº EMPRESAS POR SECTORES**





La figura de “autónomo/a” se concentra mayoritariamente en el sector servicios, así como alguna pequeña industria. En la agroindustria, ocho de las 13 empresas son vitivinícolas (una también de cereal) y el resto de ajo, champiñón, legumbres y quesos. Hay un autónomo, incluido en este sector, que plantea un proyecto de innovación en producción primaria (producción de azafrán bajo condiciones lumínicas), por lo que no puede ser objeto de ayuda Leader.

En industria, las seis empresas son de carpintería (2), calzado, iluminación, licores y pirotecnia. En el subsector “socio-sanitario”, se han incluido las farmacias y los negocios de fisioterapia, acupuntura, yoga y funeraria.

Por último, las empresas que han enviado la ficha se ubican en 17 de los 25 municipios de la comarca. Los pueblos mayores, por encima de los 4.000 habitantes, Casas-Ibáñez (11), Villamalea (10) y Madrigueras (5) juntan 26 empresas, algo más del 40% de la muestra y puede decirse que también tenemos cuestionarios de empresas en los pueblos más pequeños, como Villatoya, Alatoz, Villavallente, El Herrumblar o Casas de Ves.



### 3. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN DE PROMOTORES LEADER

En este apartado, se describirán las situaciones de necesidades empresariales a partir de factores de **producción/gestión, empleo, financiación/inversiones** y acogimiento a las **medidas del gobierno**, considerando también las prioridades que fueron marcando los distintos promotores, así como las propuestas que consideran deberían tomar las administraciones para superar los efectos económicos de la pandemia. En la descripción de dichas necesidades se tendrán en cuenta las especificidades de las empresas de acuerdo a los tres sectores (dentro del de servicios, con especial mención a turismo y comercio local) y el tipo de empresas (forma societaria).

### 3.1. PROCESO PRODUCTIVO Y GESTIÓN EMPRESARIAL

#### 3.1.1. PROCESO PRODUCTIVO

El primer bloque de la descripción aborda el **proceso productivo** a partir de tres factores: **acceso a suministros**, **producción de bienes y servicios** y la **comercialización y distribución**.

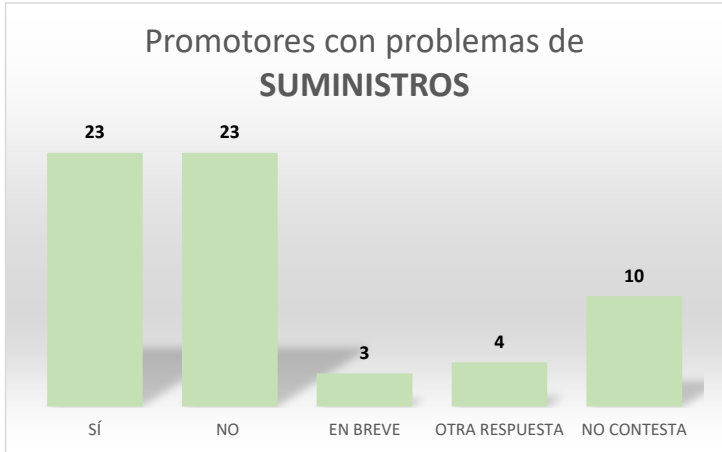
##### 3.1.1.1. ACCESO A SUMINISTROS

*¿Ha tenido dificultades para obtener cualquier bien o servicio que Ud. necesite comprar a otras empresas para el adecuado funcionamiento de su proceso productivo o de prestación de servicios?*

El **36,5 %** de las empresas tienen problemas para obtener **suministros**

SUMINISTROS - SÍ = 23							
SECTOR	Nº	%/ST	% S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	3	13,04%	23,08%	AUTÓNOMO/A	16	69,57%	50,00%
INDUSTRIA	4	17,39%	66,67%	COOPERATIVA	1	4,35%	14,29%
COMERCIO	2	8,70%	18,18%	SOC. LIMITADA	5	21,74%	22,73%
TURISMO	0	0,00%	0,00%	OTROS (SAT y SA)	1	4,35%	50,00%
RESTO SERVICIOS	14	60,87%	56,00%	<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>					

El impacto de la pandemia en el acceso a suministros ha afectado aproximadamente a un tercio de las empresas encuestadas.



Por **sectores** y en términos absolutos, la mayor parte de las empresas afectadas (14 de 23) pertenecen al subsector “**resto de servicios**”<sup>2</sup>. Porcentualmente, sin embargo, han sido **industria** el sector que más impacto ha sufrido en este capítulo (dos tercios de las empresas encuestadas de este sector), seguido del resto de servicios, con más de la mitad de las empresas que presentan problemas de acceso a suministros.

Por **tipo de empresas**, los **autónomos** han sido los más castigados, tanto en términos absolutos de la muestra (16 empresas) como relativos (50% de esta forma jurídica). Las sociedades limitadas lo han sido en menor medida (5 empresas y casi el 23% de ellas).

Puede afirmarse que los problemas en el acceso a suministros no se encuentran tanto en relación con el tipo de empresa como cuanto al sector de actividad.

Desde un punto de vista cualitativo, en las empresas afectadas por este problema destacan las siguientes dificultades por orden de importancia (mayor prevalencia en los cuestionarios remitidos):

- El acceso a **material de protección sanitaria** en empresas del sector sociosanitario y algunos productos de venta al público que sirven proveedores (farmacias, fisioterapia y funeraria), de empresas que para dar su servicio deben entrar en locales o viviendas (por ej., mantenimiento de calderas), también en la agroindustria (champiñón) y en algún pequeño comercio local.
- **Repuestos** en talleres de automoción y empresas de servicios de mantenimiento (calderas, electricidad...). También afecta a una empresa de distribución/logística con flota de vehículos propia.
- **Materiales de construcción** para promotores a los que la COVID alcanza con obras en ejecución.
- **Insumos que dejan de ponerse a la venta o que suben de precio** como en el caso de pequeñas industrias (carpinterías y calzado), de comercios locales que quedan desabastecidos en algunos productos o de la agroindustria, que ve encarecerse la materia prima.
- **Retrasos en recibir los suministros**. Este problema afecta indistintamente a empresas de diferentes sectores y, a veces, está relacionado con el cierre de fronteras (importación).
- Puntualmente, se señalan **otros problemas** con suministros de papelería (consultoría), metacriato (industria de iluminación), productos de limpieza o adhesivos para delimitación de espacios (gimnasio).

Entre las **empresas que no señalan problemas de suministro**, se señala el “cese de actividad” o que sus proveedores no se han visto afectados (por ejemplo, comercio de alimentación). En estos casos, incluso se ha incrementado la compra de insumos.

En una empresa de producción de quesos, el promotor señala que el problema es el contrario, de “exceso de materia prima”: tiene que seguir comprando leche a sus ganaderos para fidelizarlos, aunque ha debido reducir su producción a la mitad. Trata de vender en cercanía la leche de cabra que no emplea en producir queso.

---

<sup>2</sup> Siempre que se hace referencia a “resto de servicios” en el texto es para indicar que en esta categoría están todos los servicios excepto TURISMO y COMERCIO, que por el número de cuestionarios recibido y su importancia en la economía comarcal se tratan de forma separada.

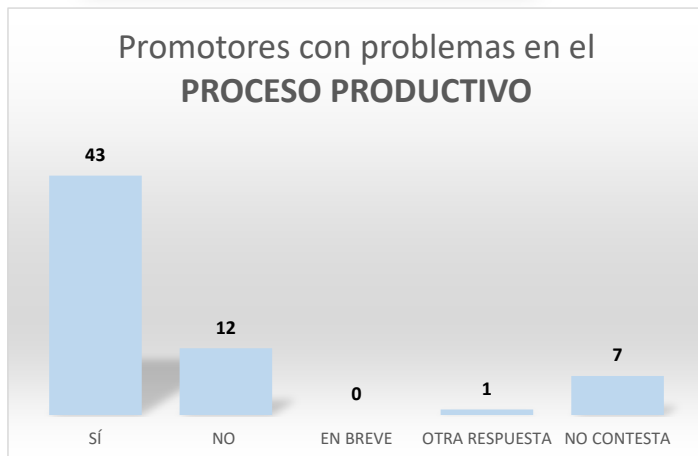
Otras tres empresas (dos de turismo y una agroindustria) prevén que **el problema de suministro puede presentarseles en breve**. En estos casos, los motivos señalados son la carencia de liquidez o la dificultad para adquirir los elementos que garanticen la seguridad de clientes en el caso del turismo o, en el de la agroindustria, la propia estacionalidad de su producción.

### 3.1.1.2. PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

El **68,2 %** de las empresas tienen problemas en el **proceso productivo**

*¿Qué partes de su proceso de producción de bienes o servicios se ven especialmente afectadas?*

Promotores con problemas en el **PROCESO PRODUCTIVO**



PRODUCCIÓN - SÍ = 43							
SECTOR	Nº	%/ST	%/S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	6	13,95%	46,15%	AUTÓNOMO/A	25	58,14%	78,13%
INDUSTRIA	6	13,95%	100,00%	COOPERATIVA	3	6,98%	42,86%
COMERCIO	4	9,30%	36,36%	SOC. LIMITADA	14	32,56%	63,64%
TURISMO	8	18,60%	100,00%	OTROS (SAT y SA)	1	2,33%	50,00%
RESTO SERVICIOS	19	44,19%	76,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	

**Más de dos tercios de las empresas (43) indican tener problemas con su proceso de producción o de prestación de servicios.**

Por **sectores**, el “**resto de los servicios**” vuelve a ser el más afectado con 19 empresas; sin embargo, en el **turismo** y la **industria**, todas las empresas que han contestado el cuestionario (ocho y seis, respectivamente) señalan problemas en este capítulo. En el turismo, es evidente por el cierre absoluto de la actividad

que ha supuesto el decreto del Estado de Alarma y el confinamiento de la población. En el caso de la industria, no ha afectado hasta paralizar la actividad (cierre) en ninguna de las empresas, pero sí se ha producido una considerable disminución de la producción.

Tampoco el **tipo de empresa** es una variable significativa en este apartado, pero destaca que tres cuartas partes de los **autónomos** de la muestra (25 de las 32 empresas) han sido afectados. Al igual que en el caso de los suministros, las **sociedades limitadas** han sido el segundo tipo de figura societaria más perjudicada, con 14 empresas, que suponen dos tercios de las que respondieron el cuestionario bajo dicha figura. Las cooperativas se han visto dañadas en menor medida y, de los tres casos que lo han sido, dos pertenecen al sector vitivinícola y otra es de servicios forestales.

Cualitativamente, se destacan las siguientes manifestaciones de las empresas que han visto afectada su producción o prestación de servicios:

- La **agroindustria** se ve afectada especialmente cuando su mercado lo constituye la hostelería (quesos) o el consumo de segunda residencia y de cercanía. En el sector vitivinícola, está afectando al embotellado, la venta de vino y al enoturismo en el caso de una de las empresas.
- En la **industria**, los promotores expresan la incertidumbre sobre el futuro de la producción y por la pérdida de mercados por reducción de la demanda.
- En las empresas dedicadas al **turismo**, como se ha dicho, la parálisis es total y la incertidumbre se expresa en torno al momento de posible reapertura (si se podrá salvar la campaña de verano), a las condiciones y medidas de seguridad sanitaria que puedan exigirse a los establecimientos, a la limitación de las plazas ofertadas que esto pueda acarrear, al comportamiento que pueda tener la demanda de alojamiento o al reembolso íntegro que han debido hacer de las reservas anuladas como consecuencia de la suspensión del servicio.
- En los **comercios locales**, el problema que expresan tiene que ver con las dificultades para el reparto y la bajada de demanda por la pérdida de hostelería y segunda residencia (panaderías) o la reducción del aforo de clientes en un mismo momento para guardar normas de seguridad (comercios de alimentación).
- En cuanto al **resto de los servicios**, algunos **sociosanitarios** como los de fisioterapia, yoga o acupuntura (al igual que sucede con los **servicios de estética**) se han visto totalmente afectados en la prestación directa por cierre al público, aunque no lo marcan así de forma necesaria las disposiciones gubernamentales. En las farmacias, no se ha producido reducción de ventas, salvo en el caso de ciertos productos de parafarmacia, pero se indica que los retrasos en el servicio de medicamentos, obligan a las personas a ir más veces de lo habitual al establecimiento. La funeraria ha tenido que suspender el servicio de velatorio. Los **servicios a las empresas o de mantenimiento de instalaciones** se han visto restringidos por la imposibilidad de acceder a locales o a viviendas particulares. Las de **servicios forestales** se sienten afectadas por problemas de desplazamiento y alojamiento de su personal (hoteles cerrados o con funciones hospitalarias) o de retraso en el inicio de contratos adjudicados por las administraciones. Tres empresas de **servicios relacionados con el ocio y el tiempo libre** han visto mermado su prestación total o parcialmente en función de si se permite o no su apertura o la organización de eventos deportivos. Los **talleres de coches** han cerrado, aun sin prohibición expresa, por falta de demanda de servicios. Las empresas de transporte de viajeros y de consultoría también han suspendido su actividad.

Entre las **empresas que indican no haber visto alterado significativamente sus procesos de producción o de prestación de servicios**, destacan las del comercio local de alimentación por ser servicio esencial y cuando las condiciones del aforo permitido no han reducido las ventas. A veces, esto se produce a costa de

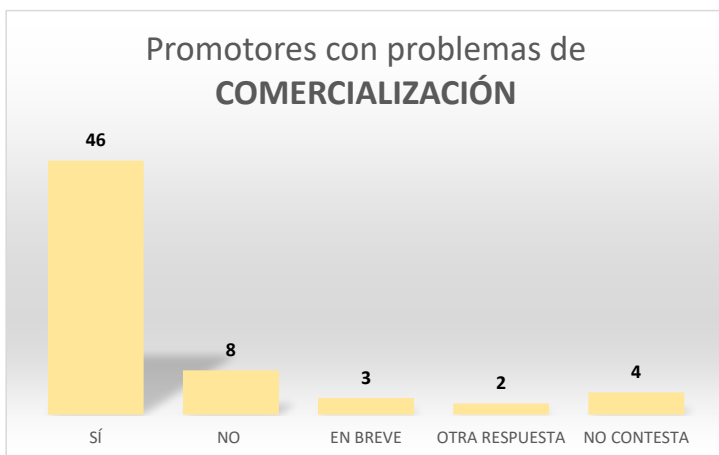
unos horarios más extensos de apertura comercial. Otras empresas de servicios (informática o desinfección industrial) tampoco han visto alterado su proceso. El único inconveniente señalado alude a la necesidad de adaptarse a las medidas de protección marcadas por el gobierno, lo que se asume con normalidad.

### 3.1.1.3. COMERCIALIZACIÓN: VENTA Y DISTRIBUCIÓN

*¿Se ha visto afectada la comercialización?*

*Concrete lo más posible su respuesta, incluyendo la caída de facturación u otros factores que incidan en la comercialización, la venta o la forma de hacer llegar sus productos al mercado o clientes de forma directa. Especifique cómo le afecta en caso de ser una empresa prestadora de servicios (por ej., reducción de encargos, finalización y entrega de encargos, acceso de sus clientes al servicio si es presencial, etc.)*

**El 73 % de las empresas tienen problemas de comercialización**



COMERCIALIZACIÓN - SÍ = 46							
SECTOR	Nº	%/ST	% S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	10	21,74%	76,92%	AUTÓNOMO/A	24	52,17%	75,00%
INDUSTRIA	5	10,87%	83,33%	COOPERATIVA	5	10,87%	71,43%
COMERCIO	4	8,70%	36,36%	SOC. LIMITADA	15	32,61%	68,18%
TURISMO	7	15,22%	87,50%	OTROS (SAT y SA)	2	4,35%	100,00%
RESTO SERVICIOS	20	43,48%	80,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>	

Tres de cada cuatro empresas señalan problemas importantes para la venta y comercialización de sus productos y servicios, como consecuencia de la aplicación del Estado de Alarma.

Sin duda, se trata del **principal problema** para las empresas aparecido hasta este momento de la pandemia, lo que marca la dimensión de la crisis económica que está suponiendo para el tejido empresarial.

Por **sectores económicos**, afecta en todos –menos en **comercio**– a más del 75% de las empresas. En **turismo**, prácticamente afecta al 100%, pues una de las empresas no contesta a esta pregunta del formulario, pero por el sentido del resto de respuestas, puede deducirse que también se ha visto afectada. La paralización ha sido total, teniendo que devolver incluso el importe de las reservas hechas hasta el mes de agosto. El siguiente sector más golpeado es la **industria**: cinco de las seis empresas (83,3%) que remitieron cuestionario en este sector se han visto afectadas, aunque no ha cesado totalmente la actividad, sino más bien han sufrido una reducción de las ventas y encargos. En cuanto al **“resto de servicios”**, el impacto ha sido notable (afecta al 80% de las 25 empresas de la encuesta), pero diferente según el tipo de actividad de las empresas, como se explica un poco más abajo. La **agroindustria** ha reducido también de manera considerable su actividad comercializadora, porque la mayoría de las empresas encuestadas se vinculan al sector vitivinícola. En este caso, afecta a 10 de las 13 empresas de la muestra (casi al 77%). Por último, en el **comercio**, el sector menos afectado, las tiendas que más impacto han tenido son las panaderías (tres de las cuatro empresas que manifiestan tener problemas en este capítulo).

En lo referente al **tipo de empresa**, este problema golpea de manera muy parecida a todas ellas, por lo que la forma societaria no parece ser un factor relevante, como sucede con otros elementos analizados. Todas las empresas son afectadas en la banda del 68-75%, según tipo de empresa.

Desde un tipo de vista cualitativo, pueden destacarse las siguientes cuestiones manifestadas por los promotores:

- En el **sector vitivinícola**, se señala una importante paralización de la comercialización. El mercado del vino no se mueve ni a escala nacional ni internacional. A este segundo mercado, que concentra una buena parte de la venta total en la comarca, se le suma la dificultad del cierre de fronteras no sólo para personas, sino también para mercancías. En el mercado nacional y local, el cierre de la hostelería es el que ha supuesto una mayor caída de ventas. Entre las empresas que contestaron el cuestionario, se señala una caída que oscila entre el 75 y el 100% de la facturación.
- En el resto de **agroindustrias (ajo, quesos y champiñón)**, también se observa una reducción importante de la venta y una estrategia de dirigir la oferta a mercados cercanos y a la venta por internet, lo que para algunos está despertando un interés creciente.
- Entre los promotores del sector **industrial**, se reducen –que no suspenden– las ventas por contracción más o menos drástica de la demanda. Es más notoria esta caída en aquellas empresas cuyo mercado principal es la hostelería (como la empresa de la industria licorera) o las fiestas populares (empresa de pirotecnia), donde llega a ser casi total. En el resto, afecta también a la contracción de las ventas las restricciones para entregar sus encargos en empresas o viviendas (caso de las carpinterías, que requieren muchas veces montajes *in situ*).
- En el sector **turístico**, donde la paralización de las ventas ha sido total, la preocupación comúnmente expresada por los promotores se refiere, por un lado, al efecto que tiene en tesorería la devolución de las reservas, pero sobre todo a la incertidumbre por no saber ni cuándo ni cómo se podrá producir la reactivación y la reapertura de establecimientos. La mayoría de los promotores no desarrollan esta actividad económica con exclusividad, lo que reduce el impacto negativo total sobre sus economías familiares, aunque en algún caso las “otras” actividades también se están viendo afectadas por la pandemia.

- En el **resto de los servicios** (es decir, sin comercio ni turismo), el impacto y las preocupaciones son distintas. Entre los **servicios sociosanitarios**, las farmacias han sido muy poco afectadas en la comercialización (lo han sido en el caso de productos de parafarmacia), mientras que el cierre ha sido total para las empresas que prestan servicios de fisioterapia, acupuntura o yoga. Sin embargo, las farmacias subrayan un incremento notable de atención a personas y la extensión de sus jornadas laborales, como consecuencia de las limitaciones al aforo de los locales. También se da el caso de que algunas personas retiran sus medicinas y las de otros vecinos, con lo que se extiende el tiempo de atención por cada cliente. La empresa funeraria, por su parte, se ha visto afectada solamente en el servicio de *velatorio*, al quedar prohibidos por las autoridades sanitarias.
- Las **empresas de servicio a las empresas** (logística, mantenimiento de instalaciones o de servicios en altura) indican haberse visto afectadas por la reducción de horarios de las empresas o el teletrabajo implantado entre los trabajadores, la restricción de entrada a locales y viviendas, así como por la paralización casi total de la construcción.
- En el **resto de empresas del sector servicios**, como las de estética, servicios deportivos, transporte de viajeros, consultoría, ocio y tiempo libre, restauración o talleres de coches, la pérdida ha sido prácticamente del 100%, al no poder abrir los negocios o no merecer la pena mantenerlos abiertos con una caída tan importante de la facturación. Se da la circunstancia de que, de las nueve empresas que se encuentran en esta situación, siete de ellas están bajo la figura de autónomos; sin embargo, sólo tres de ellas se han acogido al “cese de actividad”.
- Las **panaderías**, dentro del **sector comercial** (el menos afectado), han suspendido los repartos fuera del municipio, lo que supone un tercio de sus ventas en algunos casos. El resto de pérdidas de demanda se refiere al cierre de la hostelería y a la falta de población de segunda residencia y de turistas.

Otras **tres empresas** de las 63 que enviaron el cuestionario, **consideran que pueden encontrar problemas de comercialización a corto plazo**. Una de servicios forestales, que trabaja fundamentalmente en montes públicos, teme una reducción de la facturación si se recortan los recursos públicos para este capítulo. Otra agroindustria del sector vitivinícola, considera que es muy posible que disminuyan mucho las exportaciones de este producto fuera de la UE. Y la tercera, un taller de carpintería, teme que un aumento del paro y la subsecuente reducción de la renta familiar repercutan en negocios como el suyo

**Entre los que no se han visto afectados** (ocho empresas, que suponen el 12,7%), están las empresas relacionadas con el **comercio de alimentación** (dos supermercados y una carnicería) y una ferretería; de **servicios a las empresas** (mantenimiento de instalaciones eléctricas, desinfección industrial y servicios informáticos); y una agroindustria comercializadora de legumbres. En la mayoría de estos casos, señalan incluso un incremento de la facturación y sólo muestran preocupación por el cumplimiento de las normas de seguridad que, a veces, se traducen en un incremento de las jornadas de trabajo (por restricción de aforo o por incorporar reparto domiciliario a personas mayores, por ejemplo, como nuevo servicio). En ninguno de estos casos, se menciona algo que hemos podido comprobar: el **aumento de precios de venta en algunos de los productos de mayor demanda** (principalmente en **alimentación** y en **productos informáticos**).



### 3.1.2. GESTIÓN EMPRESARIAL

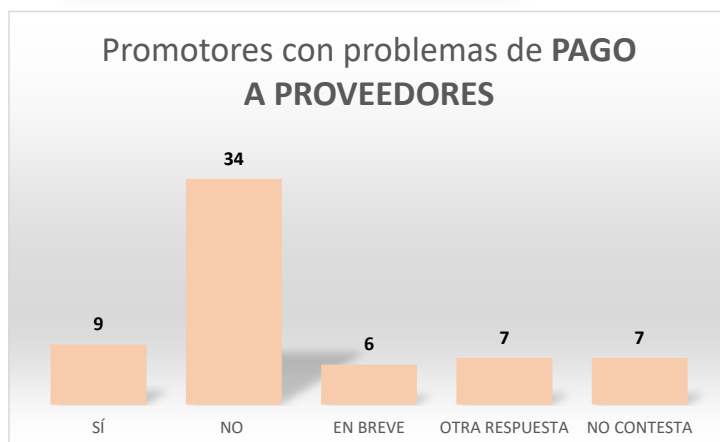
#### 3.1.2.1. PAGO A PROVEEDORES

16

El **14,3 %** de las empresas tienen problemas de **pago a proveedores**

*¿Ha tenido que suspender o aplazar algunos pagos (o prevé que sucederá) y si dispone de márgenes para hacerlo de forma negociada con algunos de sus proveedores?*

Promotores con problemas de **PAGO A PROVEEDORES**



PROVEEDORES - SÍ = 9							
SECTOR	Nº	%/ST	% S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	2	22,22%	15,38%	AUTÓNOMO/A	4	44,44%	12,50%
INDUSTRIA	2	22,22%	33,33%	COOPERATIVA	1	11,11%	14,29%
COMERCIO	0	0,00%	0,00%	SOC. LIMITADA	4	44,44%	18,18%
TURISMO	1	11,11%	12,50%	OTROS (SAT y SA)	0	0,00%	0,00%
RESTO SERVICIOS	4	44,44%	16,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>			<b>9</b>	<b>100%</b>	

**El pago a proveedores es uno de los aspectos contemplados en este informe que menos está afectando a los promotores de proyectos productivos. Aqueja tan sólo a 3 de cada 20 empresas.**

Por **sectores**, el más afectado es el de la **industria**, donde alcanza a un tercio de las empresas que contestaron el cuestionario. En la otra cara de la moneda, el **comercio** no ha sido dañado por este problema.

Tampoco en este capítulo parece tener relevancia alguna el **tipo de empresa**; los autónomos y las cooperativas comparten el mismo porcentaje (44,4%). y número de empresas afectadas (cuatro cada uno).

Desde un punto de vista cualitativo, los promotores señalan los siguientes aspectos sobre el problema de liquidez para afrontar el pago a proveedores:

- Negociar con proveedores aplazamiento temporal de pagos (cinco casos).
- Pedir crédito ICO para afrontar estos pagos (dos casos). Esta estrategia la ha seguido alguna empresa que señala no tener problemas (precisamente por haber sacado crédito).
- Aplazar pago de alquileres.

Entre quienes indican **no verse influidos por el problema de pagos a proveedores** (34 empresas), aparecen también comentarios sobre la situación de liquidez que abordan de diferentes maneras, entre las que destacamos algunas:

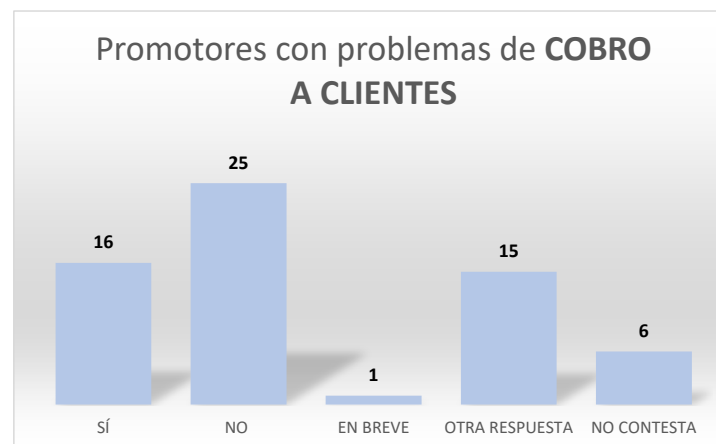
- Se da prioridad al pago a proveedores frente a otras obligaciones. Por ejemplo, se prefiere solicitar aplazamientos a la hacienda pública o la seguridad social e, incluso, renegociar cuotas de hipotecas o créditos con los bancos.
- Recurrir al ahorro propio.
- Aplazar inversiones que se tenía previsto hacer.
- Negociación con los bancos para que cubran durante un tiempo posibles impagos.
- Dar de baja provisionalmente determinados servicios.

Otras tres empresas **prevén que tendrán problemas a corto plazo** si la situación no mejora pronto.

### 3.1.2.2. COBRO A CLIENTES

*¿Hay clientes que le hayan suspendido o aplazado algunos pagos (o prevé que sucederá)? ¿Dispone de márgenes para hacerlo de forma negociada con algunos de sus clientes?*

El **25,4 %** de las empresas tienen problemas de **cobro a clientes**



COBROS - SÍ = 16							
SECTOR	Nº	%/ST	%/S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	8	50,00%	61,54%	AUTÓNOMO/A	3	18,75%	9,38%
INDUSTRIA	3	18,75%	50,00%	COOPERATIVA	5	31,25%	71,43%
COMERCIO	0	0,00%	0,00%	SOC. LIMITADA	7	43,75%	31,82%
TURISMO	0	0,00%	0,00%	OTROS (SAT y SA)	1	6,25%	50,00%
RESTO SERVICIOS	5	31,25%	20,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	

Una de cada cuatro empresas tiene problemas para cobrar determinados bienes y servicios a sus clientes.

Por sectores, la **agroindustria** es la más afectada concentrando la mitad de las 16 empresas que señalan problemas en este capítulo y alcanza casi a dos de cada tres empresas del sector, teniendo en cuenta que entre las 13 empresas de agroindustria que contestaron ocho son del sector vitivinícola, con las características específicas que tiene el mercado del vino

respecto a otras producciones agrarias. De hecho, de las ocho agroindustrias que comunican problemas de cobro, seis son del vino, una de quesos y otra de leguminosas.

En el “**resto de servicios**”, hay cinco empresas con problemas (una quinta parte del sector), que corresponden a “servicios a las empresas” (dos: informáticos y de desinfección industrial), forestales, la funeraria y un taller de automoción. En la **industria**, tres empresas indican tener problemas (la mitad del sector: calzado, carpintería y pirotecnia).

Ni el **comercio** ni el **turismo** han resentido este problema. El primero porque no se han producido importantes reducciones de ventas; y el segundo porque, al haber suspendido actividad y ser un servicio de pago previo, no tienen cobros pendientes.

En cuanto al **tipo de empresa**, las que presentan mayores problemas de cobros son las **cooperativas**, al ser la agroindustria el sector más afectado. De las 16 empresas que tienen problemas, cinco son cooperativas y, entre las empresas con esta figura societaria que contestaron la encuesta, casi tres cuartas partes presentan algún tipo de dificultad para cobrar sus ventas. Por el contrario, en esta ocasión las empresas de **autónomos** son las menos afectadas: sólo suponen el 18% de las empresas perjudicadas por la falta de cobro, equivalente al 9% de todos los autónomos que respondieron al cuestionario.

Los promotores señalan los siguientes aspectos a tener en cuenta sobre este apartado:

- Alguna empresa del **sector vitivinícola** ha sufrido además de la suspensión o aplazamiento de pagos, también de contratos en algún caso. Hay temor en el sector por el incremento de los stocks de vino cuando acabe la campaña de vendimia de 2020 y el impacto que acarrearía en la venta. La incertidumbre es mayor en este grupo por el escaso margen de beneficio que deja el vino, sobre todo el no embotellado, que constituye el grueso de la producción en Castilla - La Mancha y en La Manchuela. Otra agroindustria señala que el problema de los impagos no avisados es que el coste de la devolución de efectos recae sobre ellos, no sobre el cliente.
- En las empresas **industriales**, que son realmente microempresas, se señala también el escaso margen para aplazar mucho tiempo los cobros. Otra de las industrias comenta que todavía no ha tenido impagos, pero que puede tenerlos a corto plazo y muestra su preocupación porque se trata de “pagos importantes” y “nos pueden condicionar actuaciones futuras”.

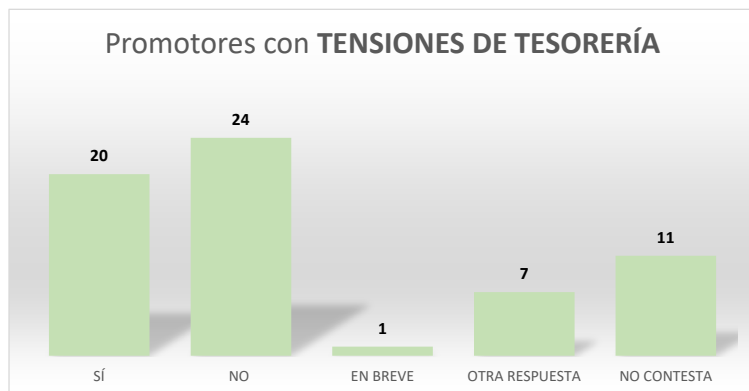
- En el “**resto de los servicios**”, las empresas muestran diferentes niveles de afección; desde las que tienen poco margen para aguantar a las que reparten facturaciones pequeñas entre muchos clientes, con lo que se atenúa el impacto negativo de los atrasos. Entienden dentro de la normalidad aplazamientos ante la situación extraordinaria que supone la pandemia y, en general, están abiertos a renegociar plazos en función de la situación y tipos de clientes.

Entre las 25 empresas que **no señalan problemas en los cobros**, se comentan cosas como:

- Tener margen suficiente para poder aguantar.
- No tener cobros pendientes.
- Cese de actividad.
- No tener clientes que se lo hayan solicitado.
- Los cobros son en efectivo o con tarjeta en el momento de la compra (comercios de alimentación).

Hay 15 empresas, predominantemente del sector servicios, que han dado “**otras respuestas**” a esta pregunta. En estos casos, entre los de turismo abundan en las devoluciones que han tenido que hacer sobre reservas anticipadas. Y, en general, estas empresas se han visto más afectadas por la disminución o cese de actividad (visto en el apartado de COMERCIALIZACIÓN) que por el problema de impagos.

### 3.1.2.3. TENSIONES DE TESORERÍA



*Con relación a los dos apartados anteriores, ¿tiene tensiones de tesorería? Indique estrategias que esté tratando de aplicar para solucionarlas.*

**El 32,7% de las empresas tienen tensiones de tesorería**

### Casi un tercio de las empresas afirma tener tensiones de tesorería.

Este capítulo se planteaba como correlato de los problemas de pagos y cobros. Como se ha puesto de manifiesto en los dos apartados anteriores, los problemas con los pagos afectan solamente al 14,3% de las empresas y los de cobros, al 25,4%. Sin embargo, la proporción de quienes señalan problemas de tesorería se incrementa hasta el 31,7% de las empresas encuestadas.

Esto podría significar, por un lado, que los problemas de comercialización (73%) y de producción (68%), que son los que muestran una mayor gravedad en el momento de realización de este estudio, están teniendo repercusiones en la liquidez de las empresas. También puede darse el caso, señalado por alguno de los promotores, que ya se tuvieran ciertas tensiones de tesorería antes de la crisis y, al aparecer ésta, se han agravado.

Por **sectores económicos**, todos salvo comercio local han sido afectados en proporciones semejantes, en una banda que fluctúa entre el 33% de la industria al 40% del resto de los servicios.

Por **tipo de empresas**, al haber tocado en mayor medida a las agroindustrias, y especialmente a la vitivinícola, las **cooperativas** son las que se ven más damnificadas (57% de las encuestadas), seguidos por **autónomos/as** (31,25%).

Algunas de las cuestiones señaladas por las empresas en este apartado son:

- Las **agroindustrias** damnificadas señalan que la tensión de tesorería fundamentalmente se debe al pago a proveedores y se han visto obligadas a recurrir a créditos (ICO u otros). Hay que tener en cuenta que este sector está supeditado en los ingresos a las características propias del ciclo agrícola y que suelen concentrarse en un período corto del año, por lo que normalmente recurren a financiación de campañas. La crisis ha venido a incrementar la necesidad de capital, al introducir incertidumbre en las ventas futuras.
- Las dos pequeñas **industrias** que marcan este problema (licores y calzado) también han debido recurrir a financiación externa.
- De las tres empresas **turísticas** que tienen tensiones de tesorería, dos han solicitado créditos. Pero este sector se ha visto menos afectado, fundamentalmente porque sus titulares no suelen tener el turismo como única actividad (cf. más adelante el análisis que hacen de la situación los responsables de ASTURMAN).
- En el **“resto de servicios”**, señalan como causas y efectos de las tensiones algunas como:
  - Los problemas para cobrar. A veces, hay pedir el pago por adelantado.
  - El aplazamiento de impuestos como forma de reducir las tensiones.
  - Préstamos para pagar a proveedores, nóminas y hasta Seguridad Social.

TESORERÍA - SÍ = 20							
SECTOR	Nº	%/ST	% S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	5	25,00%	38,46%	AUTÓNOMO/A	10	50,00%	31,25%
INDUSTRIA	2	10,00%	33,33%	COOPERATIVA	4	20,00%	57,14%
COMERCIO	0	0,00%	0,00%	SOC. LIMITADA	5	25,00%	22,73%
TURISMO	3	15,00%	37,50%	OTROS (SAT y SA)	1	5,00%	50,00%
RESTO SERVICIOS	10	50,00%	40,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

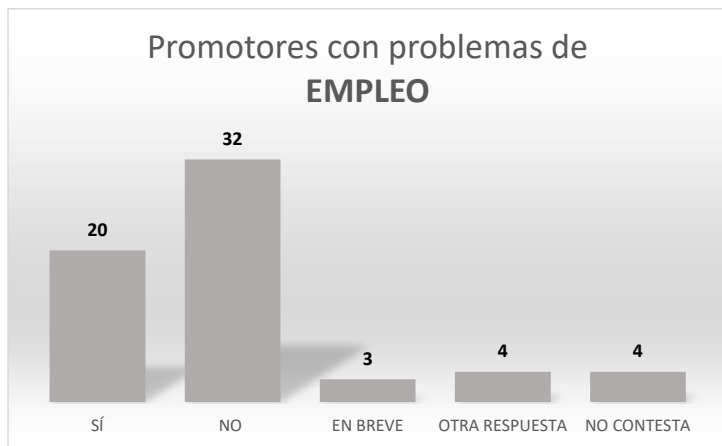
- Reducir costes (ahorro de consumo eléctrico, baja provisional de ciertos servicios, etc.).
- Recurrir a ahorros propios para aguantar. Estrategia que no puede sostenerse mucho tiempo.

Entre las 24 empresas que **indican no tener problemas de tesorería**, no se señalan las razones específicas, limitándose a contestar que no los tienen y, en algunos casos, afirman que, si las tuvieran, recurrirían a créditos.

### 3.2. EMPLEO

*¿Tiene o prevé tener problemas para mantener empleo? Indique si ha recurrido al ERTE, a ERE o si, por el contrario, el problema lo tiene para contratar personal. Señale cualquier aspecto que considere relevante en su empresa respecto al empleo. En caso de autónomo/a sin contrataciones, explique su situación concreta (cese de actividad, acogimiento a medidas al RDL 8/2020, etc.)*

El **31,7 %** de las empresas tienen problemas de empleo



EMPLEO - SÍ = 20							
SECTOR	Nº	%/ST	%/S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	3	15,00%	23,08%	AUTÓNOMO/A	11	55,00%	34,38%
INDUSTRIA	1	5,00%	16,67%	COOPERATIVA	0	0,00%	0,00%
COMERCIO	0	0,00%	0,00%	SOC. LIMITADA	8	40,00%	36,36%
TURISMO	5	25,00%	62,50%	OTROS (SAT y SA)	1	5,00%	50,00%
RESTO SERVICIOS	11	55,00%	44,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	

Tres de cada 10 empresas tienen problemas para mantener el empleo.

El empleo no está siendo de momento el factor de la crisis sanitaria en el que los promotores están encontrando más dificultades, lo cual no significa que no vaya a haberlos a corto o medio plazo. Como se verá más adelante, tampoco son muchas las empresas que han debido recurrir a los ERTE del gobierno (10) o al cese de actividad de autónomos (otras 10) en la muestra de 63 empresas.

Por **sectores**, este problema atañe a 20 promotores, de los cuales algo más de la mitad corresponden al “**resto de servicios**” y una cuarta parte al **turismo**. El **comercio** no ha tenido impacto negativo sobre el empleo hasta el momento. En porcentajes sobre cada sector, donde se puede ver más claramente el impacto, el **turismo** tiene dos tercios de las empresas con problemas de empleo y el “**resto de los servicios**” llega al 44%.

Por **tipo de empresa**, el impacto sobre el empleo ha sido mayor entre **autónomos/as** (11 empresas) y **sociedades limitadas** (ocho); en ambos casos, tienen en torno a un tercio de sus empresas afectadas.

Cuando hablan los promotores sobre el empleo, destacan cuestiones como las siguientes:

- Las cinco empresas de **turismo** han tenido que recurrir a ERTE y supeditan la recontractación a la recuperación de la demanda, pero existe una gran incertidumbre sobre el momento y el alcance que pueda tener dicha recuperación, al ser un sector especialmente afectado por las medidas de seguridad que habrá que mantener en la desescalada y una vez que se levanten las restricciones para viajar.
- Las tres **agroindustrias** con problemas han debido hacer ERTES que repercuten entre el 60 y el 80% de la plantilla. En una de ellas, se señala incluso que llevan tres aprobados, pero que han “hecho mal el cálculo” y han tenido que “negociar” vacaciones con otros trabajadores porque sigue “sobrando empleo”. Otra de ellas, manifiesta que no tendrán problemas en recontractar una vez que se recupere la hostelería, que constituye su principal mercado.
- En la única de las seis **industrias** que han tenido problemas, lo atribuyen a la suspensión del trabajo “comercial” para la venta de sus productos.
- De las 11 empresas con problemas de empleo en el “**resto de servicios**”, cinco señalan haber recurrido a ERTE y cuatro a cese de actividad (autónomos/as). Dos de las sociedades limitadas en las que los socios están como autónomos han aplicado ERTE a la plantilla y se han mantenido los titulares. En otro caso, se ha optado por reducir el horario, modalidad que se podía contemplar en los ERTE. Otra empresa indica que “tenemos tres trabajadores de baja por falta de actividad”, no estando a nuestro alcance dilucidar con la respuesta facilitada si esto significa que ha solicitado un ERTE o se refiere a una baja médica.

Tres empresas **prevén tener problemas para mantener el empleo en breve**, contando con las dificultades que ya tenían en el momento de rellenar el cuestionario. Una de ellas, autónomo sin empleados antes de la pandemia (carpintería), teme incluso por su continuidad si no se recupera la demanda que ha caído o ve viable reciclarse y fabricar otros productos, como mamparas de protección.

Entre las cuatro empresas que han dado “**otra respuesta**” diferente de SÍ / NO a la pregunta formulada, aparecen situaciones *especiales* que merecen comentario específico.

Una es un supermercado en proceso de apertura, una sociedad limitada de carácter familiar integrada por cuatro autónomos y un autónomo colaborador que se han acogido todos ellos al cese de actividad y a la ayuda para autónomos. Tienen previsto reactivar cuanto antes el alta de autónomos y contratar incluso a dos personas.

La otra es de una autónoma (servicios sociosanitarios) que estaba a punto de darse de alta y de finalizar las inversiones de acondicionamiento de su local cuando estalló la pandemia. Le urge que se acabe el Estado de Alarma para poder iniciar la actividad y tener ingresos.

La tercera, una autónoma que explota una panadería, indica tener una “trabajadora en régimen general que se encuentra de baja laboral”, sin precisar el tipo de baja, el alcance de la misma y si está relacionada con la crisis sanitaria.

Por último, una empresa de hostelería nos habla de un “permiso retribuido recuperable”, pero tampoco se especifica si está asociado al período de descanso obligatorio decretado por el gobierno justo antes de la semana santa.

### 3.3. FINANCIACIÓN E INVERSIONES POR FINALIZAR

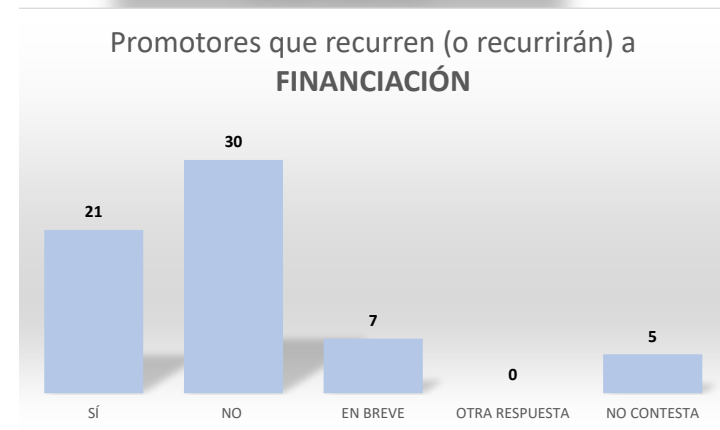
#### 3.3.1. ACCESO A FINANCIACIÓN

*¿Ha entrado en contacto o deberá hacerlo próximamente con entidades financieras para la búsqueda de financiación? Indique tipo de producto financiero y condiciones exigidas.*

FINANCIACIÓN - SÍ = 21							
SECTOR	Nº	%/ST	%/S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	5	23,81%	38,46%	AUTÓNOMO/A	10	47,62%	31,25%
INDUSTRIA	3	14,29%	50,00%	COOPERATIVA	3	14,29%	42,86%
COMERCIO	4	19,05%	36,36%	SOC. LIMITADA	8	38,10%	36,36%
TURISMO	4	19,05%	50,00%	OTROS (SAT y SA)	0	0,00%	0,00%
RESTO SERVICIOS	5	23,81%	20,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>	

**Una de cada tres empresas señala la necesidad de recurrir a financiación externa en el contexto de la crisis de la COVID-19, si bien dicha financiación no está necesariamente asociada a la emergencia sanitaria.**

**El 33,3 % de las empresas recurren (o recurrirán) a financiación**





El porcentaje de empresas que recurren a préstamos es muy parecido –algo superior– al de negocios que han señalado problemas de tesorería, lo que no significa que todas las empresas con tensiones hayan recurrido al crédito, ni viceversa, que el recurso a financiación ajena responda exclusivamente a problemas circunstanciales de liquidez. Al ser la pregunta abierta, los promotores han contestado sobre cualquier tipo de financiación a la que están accediendo y no exclusivamente a la derivada de la crisis. No obstante, es constatable que la pandemia ha hecho aumentar el número de empresas solicitando créditos, favorecido por la implementación de condiciones favorables por parte del gobierno (Instituto de Crédito Oficial, ICO), si bien se han hecho alusiones<sup>3</sup> a la tardanza o la falta de claridad de determinadas entidades financieras para incorporar los requisitos oficiales y para comercializar sus propios productos enmascarándolos en el paquete gubernamental. Hay que tener en cuenta que el préstamo ICO del primer paquete específico para la crisis COVID está principalmente orientado a PYMES y autónomos/as y vinculado a problemas de liquidez, no de inversión en inmovilizado de las empresas, en I+D o para renegociación de préstamos anteriores. En general, los promotores no han respondido al tipo de condiciones que les han pedido los bancos para los diferentes productos, lo que nos impide hacer un análisis comparado sobre el comportamiento del mercado financiero local respecto al grado de cumplimiento de las condiciones fijadas por el ICO.

El destino del dinero ajeno varía en función del momento y la necesidad concreta de la empresa en cuestiones de liquidez, desde el pago de impuestos al de nóminas, pasando por cubrir el pago a proveedores. En este apartado, distinguiremos entre esa necesidad de circulante y otras más enfocadas a las inversiones o necesidades de financiación con independencia de la crisis. La variabilidad respecto a los créditos a la inversión es todavía mayor, pues obedece fundamentalmente a las características y situación coyuntural de cada negocio.

El recurso a crédito tiene importancia en todos los **sectores y tipos de empresas** con apenas diferencias entre sectores respecto al total de la muestra; en términos de porcentaje relativo, es decir, dentro de cada sector, sí existen mayores diferencias. Así, de las 21 empresas que han recurrido a financiación ajena, casi la mitad corresponden a **agroindustria** y el **resto de servicios** (cinco empresas, respectivamente); le sigue en número el **turismo** y el **comercio** (cuatro empresas de cada sector); y, en último lugar, la **industria** (tres empresas). Sin embargo, en términos relativos, es decir en los porcentajes dentro de cada sector, la industria y el turismo son las más afectadas, con la mitad de sus empresas con necesidad de financiación, mientras que en la agroindustria supone el 38,4% y en el comercio el 36,3%. El resto de los servicios sería el menos concernido, con sólo el 20% de los negocios precisando alguna clase de empréstito.

Por tipo de empresa, sucede una inversión similar: mientras que **autónomos** y **sociedades limitadas** aportan el 85,7% de las empresas (diez y ocho, respectivamente) que han contestado afirmativamente a las necesidades de capital, es la **cooperativa** la figura que más recurre proporcionalmente a créditos (casi el 43% de las cooperativas lo hacen). Por tanto, en el factor financiación sí parece tener importancia la variable “*tipo de empresa*”, teniendo siempre en cuenta que las necesidades recogidas en el momento de la encuesta no sólo están referidas a la crisis sanitaria.

A continuación, se presenta de forma sintética la información facilitada por los promotores respecto al acceso a financiación.

---

<sup>3</sup> Los medios de comunicación se han prodigado en plasmar algunas de las situaciones denunciadas por asociaciones de empresarios, de autónomos y de usuarios de banca.

- Diez empresas declaran haber solicitado **préstamo ICO** (cf. más adelante el apartado 3.4.1.). Muy pocas hacen alusión a las condiciones concretas, aunque se vislumbran algunas como la duración de cinco años del crédito, la aplicación de algún período de carencia y la utilización para necesidades de circulante (pago a proveedores, alquileres, etc.). Pero destaca la situación de una empresa en particular (comercio local) que, afirmando haber mejorado su situación comercial (mayores ventas) durante la crisis, reconoce haber podido acceder a créditos para reducir sus estructurales tensiones de tesorería, aprovechando las ventajas de créditos ICO para circulante (menores intereses o mayor plazo de amortización, incluso, período de carencia).
- Las otras 11 (hasta completar las 21) indican el recurso a financiación para cuestiones relacionadas con la puesta en marcha del negocio, la realización de inversiones o el circulante habitual en los negocios (pólizas de crédito).

Hay **siete empresas** que **prevén acudir en breve a financiación** por diferentes razones:

- Anular créditos anteriores con “condiciones excesivas”.
- Reiniciar la actividad cuando finalice la emergencia sanitaria.
- Futura ampliación de negocio.
- Evitar posible cierre empresarial.
- Acometer inversiones para las que se ha solicitado subvención.
- Liquidar pago a proveedores.
- Ayuda en general si se prolonga la situación de cese de actividad.

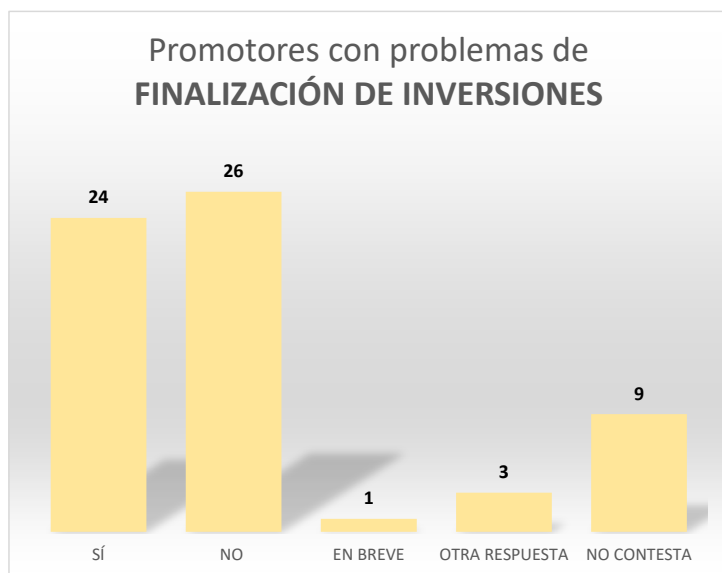
Por último, entre el numeroso grupo de **empresas** encuestadas (31, casi el 50%) **que no recurren** ni prevén hacerlo a corto plazo **a crédito ajeno**, se señalan razones también diversas:

- Excesiva burocracia y documentación exigida por las entidades financieras.
- Opción personal de recurrir a financiación lo menos posible (alternativa: ahorro personal).
- Esperar concesión de subvención antes de solicitar crédito.
- Negociar condiciones entre particulares para acordar facilidades de pago en circulante o en inversiones.
- Utilizar recursos propios o familiares (locales, capitalización de paro, etc.).
- Estar ya pagando otros préstamos.

### 3.3.2. INVERSIONES RELACIONADAS CON AYUDAS LEADER

En caso de estar en proceso de ejecución de su proyecto de inversión, ¿prevé que surjan dificultades y en qué consisten o consistirían (suministros, ejecución de obra, financiación, etc.)?

El 38 % de las empresas tienen problemas para finalizar inversiones



INVERSIONES - SÍ = 24							
SECTOR	Nº	%/ST	% S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	3	12,50%	23,08%	AUTÓNOMO/A	9	37,50%	28,13%
INDUSTRIA	2	8,33%	33,33%	COOPERATIVA	2	8,33%	28,57%
COMERCIO	5	20,83%	45,45%	SOC. LIMITADA	11	45,83%	50,00%
TURISMO	2	8,33%	25,00%	OTROS (SAT y SA)	2	8,33%	100,00%
RESTO SERVICIOS	12	50,00%	48,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	

Casi cuatro de cada diez empresas encuestadas tienen o prevén tener alguna dificultad respecto a las inversiones en curso.

De las 24 empresas que indican este problema, la mitad corresponden al **resto de servicios**, lo que supone un 48% del sector, por lo que es el más acuciado por este problema. Le sigue el **comercio** con cinco empresas afectadas, equivalente al 45,4% del sector. La **industria** presenta dos casos, un tercio de las seis empresas que contestaron el cuestionario en este sector.

**Agroindustria** y **Turismo** están en el entorno del 23-25% del sector aquejado por esta circunstancia.

Por **tipo de empresa**, las **sociedades limitadas** (11 casos que suponen el 50% de este tipo de empresas) es la figura societaria con más dificultades para finalizar inversiones; y los **autónomos/as** la que menos pues, aunque aglutinan más de un tercio de los casos de la encuesta, sólo afecta al 28,13% de los mismos. Esto puede estar en relación con el hecho de que los proyectos Leader en la comarca de La Manchuela con las inversiones de menores cuantías corresponden a esta figura.

En este apartado, **nos interesa analizar la información aportada en los cuestionarios, según el tipo de promotor y el estado del proyecto Leader**. Como se señaló en el apartado de metodología, la ficha fue remitida a **118 promotores** y fue cumplimentado por el 53,4% de los mismos (63 fichas). El siguiente cuadro muestra el estado de proyecto, teniendo en cuenta que un mismo promotor puede tener varios proyectos con el CEDER y en diferente situación. A efecto de cómputo, siempre se toma como referencia el primer proyecto presentado.

RESUMEN DE PROMOTORES, SEGÚN ESTADO DE PRIMER PROYECTO				
PROYECTOS <u>PRODUCTIVOS</u>	A. FICHAS ENVIADAS	% S/ TOTAL A	B. FICHAS RESPONDIDAS	% HORIZ.
CERTIFICADOS / PAGADOS	29	24,5	16	55
CON CONTRATO / EN EJECUCIÓN	9	7,5	1	11
PRESENTADOS Y SIN RESOLUCIÓN*	80	68	46	57,5
<b>TOTALES</b>	<b>118</b>	<b>100</b>	<b>63</b>	<b>---</b>
* Unos proyectos fueron presentados durante la vigencia de la convocatoria simplificada y única y, el resto, después del cierre de la misma (abril 219). Todos ellos tienen opción de ratificarse en la próxima convocatoria en concurrencia competitiva, en igualdad de condiciones que los nuevos que se presenten.				

El 73% de los cuestionarios, es decir, **tres de cada cuatro, corresponden a proyectos productivos que son una *demanda viva*, con independencia de que la inversión pueda o no estar finalizada**. En el cómputo total de promotores Leader, este grupo supone el 67,7%, es decir, dos de cada tres. Lo que se traduce en un mayor “interés” por responder la encuesta entre promotores con inversiones y solicitudes vivas (57,5%). Sin embargo, también es una proporción alta la de promotores Leader que, con primer proyecto certificado, han cumplimentado las fichas (55% de las enviadas). Algunos de ellos, han presentado nuevo proyecto después de la certificación del primero.

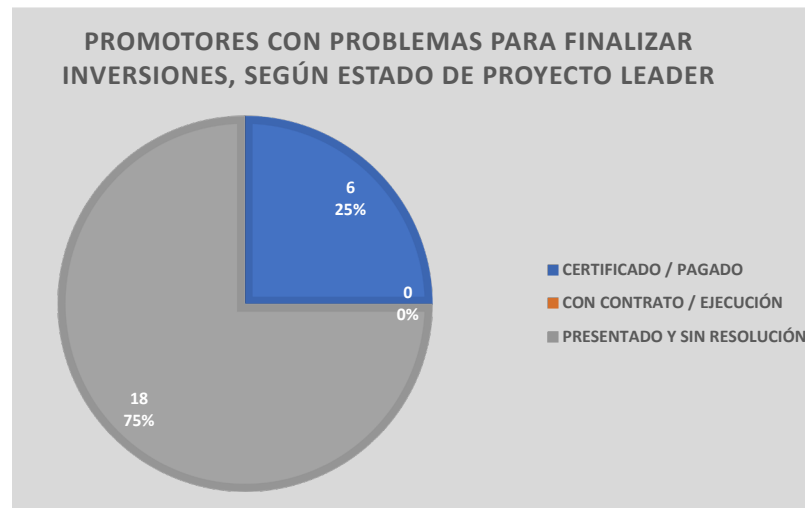
Por otra parte, ha habido un escaso nivel de respuestas (11%) de los nueve promotores con proyectos en ejecución y con contrato, lo que nos impide reflejar en este apartado del informe unos datos de primera mano y concluyentes sobre la existencia o no de problemas para este grupo. Sin embargo, por la información que obra en nuestro poder respecto a estos promotores y proyectos, no prevemos que la crisis sanitaria afecte a muchos en lo que respecta a la finalización de las inversiones. Cabe señalar que el único promotor con contrato vigente que ha contestado el cuestionario tiene su inversión finalizada y nos encontramos en proceso de certificación de su proyecto en el momento de redacción de este informe.

Veamos qué cuestiones señalan con referencia a este aspecto los diferentes promotores. Empezaremos con los que sí han señalado la existencia de dificultades y, dentro de estos, con lo que constituyen una *demanda viva* a efectos del programa Leader. En esta situación, se encuentran 18 promotores, que suponen las tres cuartas partes de los que tienen problemas en este capítulo (24); también significa que **el 40% de *demanda viva* en Leader que han contestado la encuesta tienen problemas para finalizar sus inversiones**. Veamos qué destacan estos **18 casos**:

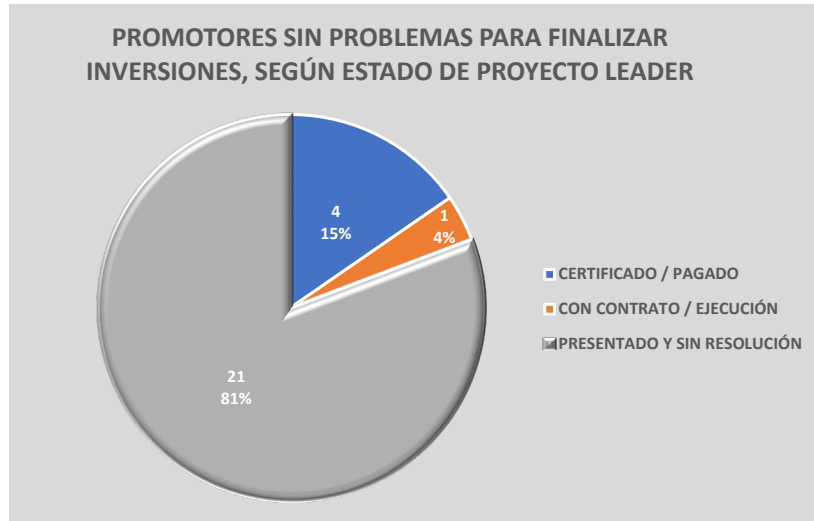
- **Diez** confirman los **problemas de financiación** para finalizar sus inversiones y **seis de ellos explicitan la importancia que tendría para ellos la concesión de ayudas del CEDER** (proyectos que muy probablemente se ratificarán cuando se abra la nueva convocatoria).
- **Cinco** promotores señalan **dificultades para finalizar las obras (retrasos)**, asociadas al confinamiento y restricciones que ha marcado el Estado de Alarma.
- **Dos**, con una **inversión prevista y sin comenzar**, están reconsiderando si llevarla o no a cabo como consecuencia de la crisis.
- **Uno** indica tener las **inversiones hechas**, pero tiene **problemas para afrontar el pago** de las mismas.

Respecto a los **seis promotores** que tienen su primer **proyecto Leader certificado y pagado, pero indican tener problemas de inversión**, todos destacan que tienen una gran incertidumbre para sostener o acometer las inversiones sólo con financiación externa.

- Una empresa de transporte contemplaba adquirir un nuevo autobús, pero aparca la idea de momento.
- Una agroindustria con inversiones no Leader aprobadas tiene dificultades para financiar las inversiones.
- Una casa rural, con la actividad totalmente paralizada, tiene dificultades para acometer mejoras que estaban realizando sin subvención Leader.
- Un taller de automoción considera que la financiación y la incertidumbre respecto al negocio suponen un muro infranqueable para seguir con inversiones previstas.
- Una panadería ha paralizado una pequeña inversión para ampliar la zona de despacho del pan en su local.



- Una empresa de ocio y tiempo libre orientada a público escolar tiene problemas para afrontar las nuevas inversiones una vez certificado y pagado su primer proyecto con subvención Leader.



Respecto a los **26 promotores** (41,2% de la muestra) que **dicen no tener problemas con inversiones**, 21 de ellos (el 81%) corresponden a proyectos de *demanda viva*, por cuatro con proyectos certificados y uno solo con contrato en ejecución.

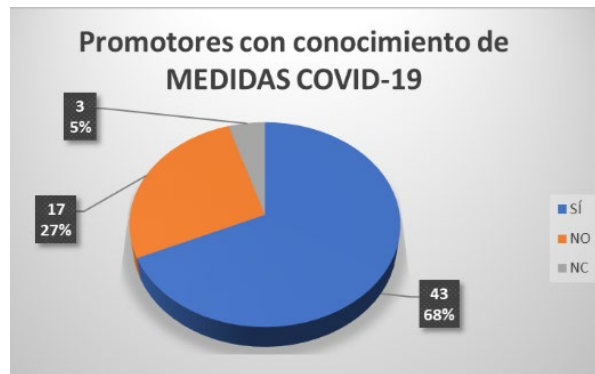
De entre los proyectos con *demanda viva*, 12 han finalizado sus inversiones y dos de ellos explicitan su expectativa de recibir una subvención Leader. Cinco subrayan que no tienen o no esperan tener dificultad alguna para finalizar y otros cuatro no aclaran exactamente por qué no ven problema (una de ellas es una inversión muy pequeña y otro comenta que no espera tener, pero planeaba empezar las obras en mayo cuando empezó el confinamiento y, de momento, las ha suspendido).

En el grupo de promotores de *demanda viva*, hay un promotor industrial con la inversión finalizada que está a la espera de concesión de la subvención solicitada en su día al CEDER y para la que pidió un préstamo, por lo que si no llega la ayuda **prevé tener en breve dificultades económicas** (no para finalizar la inversión).

De los **nueve promotores que dejaron en blanco este apartado**, seis corresponden a inversiones finalizadas con subvenciones certificadas y pagadas por el CEDER. Otros dos tienen solicitud Leader (uno con dos expedientes no resueltos), pero no indican si tienen o no dificultades. El último, corresponde a un promotor cuyo proyecto no es elegible en Leader.

### 3.4. MEDIDAS COVID Y RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES

#### 3.4.1. CONOCIMIENTO Y ACOGIMIENTO DE LAS MEDIDAS POR PARTE DE PROMOTORES



El 68 % de las empresas tienen conocimiento de las medidas COVID-19 implementadas por el gobierno

ADMÓN. CONOC. MEDIDAS - SÍ = 43							
SECTOR	Nº	%/ST	%/S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	9	20,93%	69,23%	AUTÓNOMO/A	22	51,16%	68,75%
INDUSTRIA	4	9,30%	66,67%	COOPERATIVA	6	13,95%	85,71%
COMERCIO	10	23,26%	90,91%	SOC. LIMITADA	13	30,23%	59,09%
TURISMO	4	9,30%	50,00%	OTROS (SAT y SA)	2	4,65%	100,00%
RESTO SERVICIOS	16	37,21%	64,00%	<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>					

Dos de cada tres empresas que completaron el formulario, indicaron conocer de manera directa o a través de sus gestorías, las líneas de ayudas abiertas por el gobierno español para paliar las consecuencias económicas de la COVID-19.

Esto pone de manifiesto la dimensión de la incertidumbre y el daño que está causando en las empresas la pandemia. En este estudio, sólo se preguntaba por dichas medidas y no por las que ha ido implementando posteriormente el gobierno regional. El complejo entramado de decretos para las distintas ayudas empresariales en todos los sectores y de las diferentes administraciones ha obligado a las **empresas de asesoría y gestión** a redoblar el servicio de información y tramitación de ayudas que normalmente prestan a sus clientes, desarrollando una labor encomiable, dadas las circunstancias y el desborde que se ha producido en sus oficinas como consecuencia de la avalancha de solicitudes y las dificultades para mantener las oficinas abiertas. Algunos promotores han señalado también la buena disposición de las **entidades financieras**, principalmente de las cajas rurales, para dar cumplida atención a las demandas de información y tramitación de créditos para los promotores afectados.

Por **sectores**, todos muestran un grado de conocimiento de las ayudas superior al 50%, con el **comercio** a la cabeza (90% de las empresas las conocían). El **turismo**, que ha sido el más afectado en cuanto a las necesidades de FINANCIACIÓN, es el que muestra sin embargo un menor nivel de información sobre las ayudas (sólo el 50% de las empresas que enviaron la encuesta afirma conocerlas).

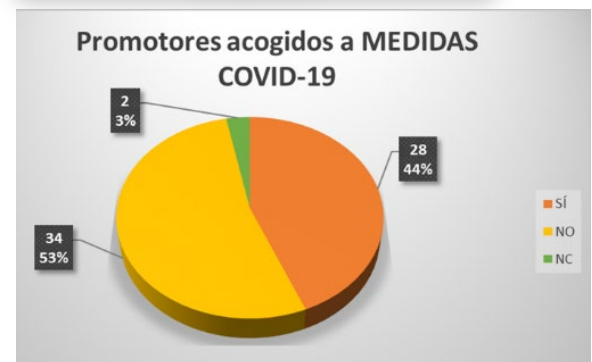
Por **tipo de empresas**, los **autónomos/as** aportan 22 empresas de las 43 que buscaron información sobre las ayudas (dos de cada tres). Pero fueron las **cooperativas** las que en términos relativos tienen más conocimiento de su existencia (el 50%).

ADMÓN. - ACOGIMIENTO A MEDIDAS - SÍ = 28							
SECTOR	Nº	%/ST	% S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	5	17,86%	38,46%	AUTÓNOMO/A	18	64,29%	56,25%
INDUSTRIA	3	10,71%	50,00%	COOPERATIVA	0	0,00%	0,00%
COMERCIO	3	10,71%	27,27%	SOC. LIMITADA	9	32,14%	40,91%
TURISMO	5	17,86%	62,50%	OTROS (SAT y SA)	1	3,57%	50,00%
RESTO SERVICIOS	12	42,86%	48,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	

El 44 % de las empresas se han acogido a alguna de las medidas COVID-19 implementadas por el gobierno

**Sin embargo, no llegan a la mitad las empresas encuestadas que han optado por solicitar alguna de dichas ayudas hasta el momento del cierre de la recogida de información (14 de mayo).**

Solamente **28 empresas** de las 63 encuestadas declaran haber solicitado –y algunas obtenido– algún tipo de ayuda, frente a 34 que no lo han hecho (54%).





Por **sectores económicos**, el **turismo**, con mayores niveles de dificultades de financiación y menor conocimiento de líneas de ayudas, es el que ha recurrido proporcionalmente en mayor medida a las ayudas (dos de cada tres empresas), frente al **comercio**, sector en el que el 90% de los promotores de la muestra conocían las ayudas y el que menos las ha utilizado (una de cada cuatro). La **industria** es el segundo sector en acudir a ellas, con la mitad de los encuestados que lo han hecho (tres empresas). En tercer y cuarto lugar, estarían el **resto de servicios** y la **agroindustria**, con el 40% y el 38,5% de sus negocios, respectivamente.

Por **tipo de figura societaria**, los **autónomos/as** han sido quienes más han acudido a ellas, con 18 empresas de las 28 que lo han hecho (el 64% del total), lo que supone algo más de la mitad de los autónomos que cumplimentaron la ficha.



El cese de actividad, los ERTE y el crédito ICO son las tres medidas COVID-19 más solicitadas por las empresas en la misma proporción (10 empresas en cada una)

Las 28 empresas que han acudido a ayudas públicas específicas del gobierno, han utilizado un total de 33 de ellas, dado que alguna se ha acogido a más de una ayuda. Y lo han hecho en una cantidad idéntica respecto a **ERTE (10)**, **cese de actividad (10)** y **crédito ICO (10)**. Teniendo en cuenta que el cese de actividad sólo estaba previsto para autónomos, puede decirse que esta medida encabezaría realmente el tipo de ayuda solicitada entre las entidades.

ACOGIDOS A ERTE - SÍ = 10							
SECTOR	Nº	%/ST	%/S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	1	10,00%	7,69%	AUTÓNOMO/A	6	60,00%	18,75%
INDUSTRIA	1	10,00%	16,67%	COOPERATIVA	0	0,00%	0,00%
COMERCIO	0	0,00%	0,00%	SOC. LIMITADA	4	40,00%	18,18%
TURISMO	3	30,00%	37,50%	OTROS (SAT y SA)	0	0,00%	0,00%
RESTO SERVICIOS	5	50,00%	20,00%	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>					

Otras tres empresas señalan haber recurrido a una medida al alcance de cualquier empresario al margen de la pandemia: el **aplazamiento de impuestos o de cuotas de la Seguridad Social**. Dado que no se preguntaba explícitamente a este respecto, estimamos que quizá sean más las que lo han hecho que las que se reflejan en este informe.

**Turismo** (tres empresas y el 37,5% del sector) es el espacio empresarial que más ha recurrido a los **ERTE. Autónomos** y **sociedades limitadas**, las figuras societarias que lo han hecho en mayor medida (18,7% y 18,1%, respectivamente).

ACOGIDOS A CESE ACTIVIDAD - SÍ = 10							
SECTOR	Nº	%/ST	% S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	1	10,00%	7,69%	AUTÓNOMO/A	9	90,00%	28,13%
INDUSTRIA	1	10,00%	16,67%	COOPERATIVA	0	0,00%	0,00%
COMERCIO	1	10,00%	9,09%	SOC. LIMITADA	1	10,00%	4,55%
TURISMO	2	20,00%	25,00%	OTROS (SAT y SA)	0	0,00%	0,00%
RESTO SERVICIOS	5	50,00%	20,00%	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>					

También en lo referido al **CESE DE ACTIVIDAD**, el **turismo** encabeza este recurso (dos empresas, que suponen el 25% del sector). Esta ayuda es específica para **autónomos/as**, incluidos los que están como tal en una sociedad limitada.

ACOGIDOS A CRÉDITO ICO - SÍ = 10							
SECTOR	Nº	%/ST	%/S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	2	20,00%	15,38%	AUTÓNOMO/A	6	60,00%	18,75%
INDUSTRIA	2	20,00%	33,33%	COOPERATIVA	0	0,00%	0,00%
COMERCIO	2	20,00%	18,18%	SOC. LIMITADA	4	40,00%	18,18%
TURISMO	2	20,00%	25,00%	OTROS (SAT y SA)	0	0,00%	0,00%
RESTO SERVICIOS	2	20,00%	8,00%	<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>					

En el acceso al **CRÉDITO ICO**, ha sido la **industria** la que más ha recurrido a esta ayuda, con dos empresas que representan un tercio del sector entre quienes respondieron la encuesta. En cuanto a tipo de empresa, con el crédito ICO se repite exactamente el mismo patrón que con los ERTE, repartidos casi a partes iguales entre **autónomos** y **sociedades limitadas**.

### 3.4.2. RELACIONES CON LAS ADMINISTRACIONES

El **14,3 %** de las empresas señalan haber tenido alguna dificultad en sus relaciones con las administraciones



PROBLEMAS CON ADMONES - SÍ = 9							
SECTOR	Nº	%/ST	%/S/SEC	TIPO DE EMPRESA	Nº	%/ST	%/TIPO
AGROINDUSTRIA	2	22,22%	15,38%	AUTÓNOMO/A	3	33,33%	9,38%
INDUSTRIA	0	0,00%	0,00%	COOPERATIVA	1	11,11%	14,29%
COMERCIO	3	33,33%	27,27%	SOC. LIMITADA	4	44,44%	18,18%
TURISMO	2	22,22%	25,00%	OTROS (SAT y SA)	1	11,11%	50,00%
RESTO SERVICIOS	2	22,22%	8,00%				
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>		<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>	

Algo más de una de cada 10 empresas encuestadas declara haber tenido algún tipo de dificultad con las administraciones a raíz de la crisis sanitaria.

En este sentido, es tan baja la cifra que no tiene mucho alcance la proporción que supone respecto al **sector económico** o el **tipo de empresa** afectada.

Es más indicativo, comprobar que estas dificultades están *muy repartidas*, salvo respecto a la Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha, que acumula tres de las ocho quejas que hicieron explícitas las personas encuestadas.

Entre los aspectos señalados por las empresas, cabe mencionar las que aluden al tiempo que tardan en resolver las solicitudes, a la falta de atención presencial en oficinas públicas, a la dificultad para contactar telefónicamente o a la renovación de una firma digital.



### 3.5. OTRO TIPO DE PROBLEMAS APUNTADOS POR PROMOTORES

En este apartado, se reflejan algunas de las dificultades y problemas percibidos por el tejido empresarial comarcal que no han sido mencionados como parte de ninguno de los factores descritos en este informe.

- En cuatro cuestionarios, se refieren a la **incertidumbre asociada a distintos aspectos de la actividad empresarial** una vez que pase la crisis, tales como **reducción de la demanda** (como suspensión de fiestas en los pueblos, recorte de recursos públicos para el mantenimiento de montes); **caída de precios** generalizada (vino) o **excedentes de materia prima** (leche para quesos), que generarían **problemas de stocks** en las empresas o la pérdida de productos perecederos; dificultades para seguir una estrategia de **inversión en I+D**; la cuarta persona muestra incertidumbre sobre su **capacidad económica para afrontar los próximos meses**.
- Tres fichas refieren el problema de las **restricciones a la circulación de personas trabajadoras** para acudir al puesto de trabajo, para realizar su desempeño laboral cuando se trata de acceder a oficinas o a viviendas particulares o para recibir formación necesaria en otra provincia.
- Dos personas enfocan los **problemas de conciliación laboral y familiar** (señalado en dos cuestionarios). Esta dificultad se asocia a la organización doméstica en situación de **teletrabajo** y de **cierre total de centros educativos** (sin perspectiva clara de apertura a principios del curso que viene). Una empresaria señalaba a este respecto que su problema era que dos trabajadoras (ambas mujeres) le solicitan reducción de jornada para cuidar de sus hijos (una justo acaba su permiso de maternidad), lo cual le genera además un problema para encontrar personal para cubrir dicha reducción si no costea ella el alojamiento de la persona a contratar mientras duren las restricciones al desplazamiento. Le preocupa que esto se pueda traducir en una reducción del empleo comprometido respecto a la ayuda Leader solicitada.
- Dos promotores expresan preocupación por los **protocolos y medidas de seguridad** que se exigirán para la **reapertura de negocios**.
- Dos servicios sociosanitarios señalan la preocupación por la **reducción de pacientes** por temor a contagios y también por el **impacto negativo de la suspensión de tratamientos** en quienes retomen las terapias.

- Un negocio expresa la dificultad para conseguir **materias de protección sanitaria** que les permita seguir con garantías su actividad, además de la subida de su precio.
- Un empresario expresa su intranquilidad por poder saber si sus trabajadores o él mismo tienen el **coronavirus**.
- Una ficha refleja el problema del **deterioro** asociado a un cierre prolongado de una **casa-cueva** necesitada de reparaciones, que serán más costosas cuanto más tiempo pase.
- Un promotor de uno de los pueblos más turísticos expresa su inquietud por el rechazo de la población a que se abran estos negocios y **se reciban turistas**.

### 3.6. PRINCIPALES DEMANDAS DE MEDIDAS POR PARTE DE PROMOTORES

Igual que en el apartado anterior, en el cuestionario se pedía a las empresas un discurso abierto sobre las medidas que ellas consideraran necesario implementar de cara al corto plazo. En el cuadro adjunto, se ordenan categorizadas las medidas solicitadas por los promotores, según su propio criterio y percepción respecto a la situación de su empresa. Todo ello nos permite obtener una **imagen de conjunto sobre el tipo de medidas y su importancia relativa** (número de empresas que las solicitan en la encuesta) que deberían adoptar las administraciones desde el punto de vista del tejido empresarial.

#### PRINCIPALES MEDIDAS A ADOPTAR, SEGÚN PROMOTORES

MEDIDA	FRECUENCIA
Reducción y/o aplazamiento de cargas de la Seguridad Social - Autónomos y PYMES y otros impuestos (rebaja fiscal)	13
Mayores recursos y agilidad en la tramitación y pago de las AYUDAS públicas y SUBVENCIONES (incluido LEADER)	12
Apoyo gubernamental al SECTOR TURÍSTICO - Estimulo de la demanda de cercanía y nacional / imagen de seguridad	4
Fomentar mercados de cercanía y nacionales (alimentación, comercio...)	4
Inversión pública para dinamizar la economía, sobre todo en sectores básicos, incluido fomento TIC en micropymes	4
Ajustar condiciones de seguridad para reapertura de negocios y ayudas para adaptaciones	3
Reducción de burocracia (simplificación de trámites en general)	3
Financiación de bajo coste: tesorería e inversiones	2
Ingresos mínimos a familias sin trabajo con control de administraciones	2
Aplicación de test COVID a todas las personas	1
Minoración de compromisos relativos a SUBVENCIONES (por ejemplo, nivel de empleo)	1
Políticas de creación de empleo	1
Valorar lo ESENCIAL, los CUIDADOS, el ENTORNO y el REPARTO JUSTO y EQUITATIVO	1

Como puede verse, hay dos medidas que destacan sobre las demás y que tienen que ver, por un lado, con las **reducciones o aplazamientos de cargas impositivas para PYMES y autónomos**, principalmente de la Seguridad Social, pero también de otros impuestos; y, por otro, con **destinar más recursos para ayudas y subvenciones públicas (incluido Leader)**, pero con la especificación reiterada por varios de los promotores de **agilización en la tramitación y los pagos de las mismas**, lo que es totalmente coherente con lo que se verá en el apartado de “importancia de los problemas” como solución adecuada a la preocupación manifestada por las empresas sobre las **dificultades de financiación**.

En un segundo bloque de medidas (con cuatro referencias cada una), destacan las relativas al **apoyo a la economía local, al sector turístico y a la inversión pública en sectores básicos** (incluido el uso intensivo de TIC en PYMES y autónomos) para dinamizar la economía en general. Esto también es pertinente para relanzar tanto la **producción** como la **comercialización** de las empresas comarcales, pues esa inyección de recursos financieros en los tres aspectos señalados, constituiría una base sólida para la reactivación y la recuperación sostenida de la economía territorial.

La **simplificación de la burocracia**, evitando la duplicación de trámites y los que se consideran innecesarios, ha sido expresamente citada como medida necesaria en tres cuestionarios. Esto debería mover a la reflexión a responsables institucionales y recursos técnicos y profesionales sobre la importancia de **incrementar en términos de eficacia y de eficiencia las ayudas públicas** partiendo de una tramitación más racional y menos compleja que cumpla con el requisito de controlar adecuadamente cualquier ayuda, pero no a costa de desincentivar a los posibles beneficiarios finales por la excesiva e ininteligible documentación que se les exige en las solicitudes, así como para acortar los tiempos de tramitación, resolución y pago de las ayudas que se concedan.

La **salud** y la **seguridad** con referencia a la pandemia también han sido destacadas como elementos importantes de las medidas a tomar. Una persona solicitaba expresamente la realización de test COVID a todo el personal, algo que podría ser responsabilidad de los titulares de negocios, como parte del servicio de prevención y seguridad en el trabajo que cada empresa debe tener contratado. Y otras tres empresas se interesaban por que quedaran claras las condiciones de seguridad que debe aplicar cada establecimiento, según sectores económicos, para garantizar la seguridad de trabajadores y clientes. Incluso, alguno sugería que se destinaran ayudas públicas específicas para realizar adaptaciones en los establecimientos que lo requieran, medida que a la fecha de cerrar este informe ya está contemplada por la administración regional, si bien en el caso del Programa Leader las ayudas aún no han sido publicadas<sup>4</sup>.

Hay otro bloque de medidas que, aunque señaladas con menor frecuencia por no ser relativas a la economía, tendrían un impacto social que algunas empresas han considerado importante, como garantizar los **ingresos mínimos a las familias** y **valorar lo esencial (cuidados, medio ambiente y justicia en el reparto de la riqueza)**.

Finalmente, una empresa expresa la necesidad de hacer políticas activas de **empleo** y otra muestra su preocupación por el **cumplimiento de compromisos** relativos al empleo en el caso de subvenciones, en el contexto de la crisis desatada en la COVID. En este sentido, cabe señalar que ya la **Dirección General de Desarrollo Rural** ha establecido el mecanismo para que las empresas afectadas por *causa de fuerza mayor* acreditada en relación con la pandemia no pierdan sus derechos ante el posible incumplimiento sobrevenido de alguno de los compromisos reflejados en el contrato de ayuda en los proyectos Leader.

---

<sup>4</sup> “El consejero de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural, Francisco Martínez Arroyo, ha informado que antes de verano el Gobierno de Castilla-La Mancha contará con la publicación convocatoria de seis millones de ayuda para los 29 Grupos de Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha. Una cuantía que se destinará, específicamente, “para actuaciones públicas y privadas en los pueblos más pequeños de Castilla-La Mancha para que nadie se quede atrás en esta crisis” provocada por el COVID-19”. Acceso al enlace de la noticia: <https://www.castillalamancha.es/actualidad/notasdeprensa/castilla-la-mancha-destinar%C3%A1-seis-millones-de-euros-los-grupos-de-desarrollo-rural-para-hacer-frente>.

## 4. CONCLUSIONES

Las conclusiones en este informe se articulan en torno a tres apartados: los principales problemas considerados *cuantitativa* y *cualitativamente*; la situación global *por sectores* y *tipos de empresas*; y *otras conclusiones*.

### 4.1. CONCLUSIONES SOBRE PRINCIPALES PROBLEMAS

#### 4.1.1. DESDE UN PUNTO DE VISTA CUANTITATIVO



Los problemas de **comercialización (73%)** y de **producción (68%)** son los que afectan a más promotores

En un abordaje cuantitativo, se aprecia claramente que hay dos factores en los que más promotores han manifestado tener problemas: la **COMERCIALIZACIÓN** y la **PRODUCCIÓN**.

La pandemia ha supuesto la caída parcial o total de las ventas para tres de cada cuatro empresas y la reducción o cese de la producción en dos de cada tres. Son, sin lugar a dudas, las dos grandes heridas que deja la COVID-19.

En el extremo opuesto, hay otros dos factores que no tienen apenas incidencia en cuanto a los problemas y dificultades que están teniendo las empresas de momento: el **pago a proveedores** y las **relaciones con las administraciones**. En ambos casos, afectan a menos del 15% de las empresas. En el primero de ellos, ha sido en

buena medida por la cobertura de crédito que han conseguido a través del ICO, pólizas de crédito contratadas con anterioridad a la crisis, el uso de reservas propias y, por último, por encontrarnos apenas en la primera fase, por lo que este problema podría cobrar más importancia en el corto plazo, especialmente entre las empresas que, sin llegar al cierre, están viendo reducidas las ventas en porcentajes importantes.

Entre los problemas que atañen a menos del 30% de las empresas, también se encuentra el del **cobro a clientes**, que aqueja a 16 casos (el 25%).

En un nivel medio de incidencia, tendríamos los otros cinco factores<sup>5</sup>. Pero cabría distinguir aquí dos franjas:

- Con **menos de un tercio** de empresas afectadas, y exactamente al mismo nivel –con el mismo número (20) y porcentaje (31,75%)–, están las **tensiones de tesorería**, la **financiación** y el **empleo**.
- Con **algo más de un tercio** de empresas afectadas, encontramos los problemas para **finalizar las inversiones** (24 negocios, 38,1%) y el **acceso a suministros** (23 establecimientos, 36,5%)

De todo ello se desprende que:

1. Los problemas de **comercialización** y **producción** están directamente relacionados con la evolución de la pandemia y escapan a cualquier tipo de acción o solución por parte de las empresas. Mientras la situación epidemiológica no permita retomar la normalidad de la actividad económica, todos los sectores estarán sujetos a limitaciones como las descritas en este informe. Incluso la desescalada ya iniciada, que debe llevarnos la denominada *nueva normalidad*, no producirá, según señalan la mayoría de los análisis de expertos, una recuperación económica en “V”, lo que significa que no cabe esperarla a corto plazo (probablemente, no antes de 2021). Y, en el caso de nuevos rebrotes y de su gravedad, dicha recuperación puede ponerse en peligro si llega a ser preciso recurrir a un nuevo confinamiento con cese de actividad económica.

<sup>5</sup> Los *otros problemas* que aparecen en el gráfico aglutinan las dificultades tratadas de manera global en el apartado anterior, por lo que no pueden entrar en la comparación de la clasificación del conjunto de factores abordados, pues en el desglose de dichos problemas no hay ninguno que haya sido referido por más de cuatro promotores.



2. El **empleo**, que viene en gran medida determinado por la capacidad de las empresas para producir y para comercializar, no ha sido afectado de forma masiva en nuestras empresas, en parte debido al momento inicial en el que se ha recabado la información y, en otra parte, por las medidas adoptadas por las administraciones (especialmente, los ERTE). Pero hay que estar atentos a su evolución a lo largo de lo que queda del año y si afectará a todos los sectores por igual o tendrá más incidencia en unos que en otros. De momento, las empresas turísticas y del resto de servicios han sido las más afectadas en nuestra comarca por el cese de actividad y de ventas.
3. Los problemas de **tesorería** han sido consecuencia directa de la caída de ingresos y el mantenimiento de gastos corrientes, pero en el breve plazo en el que se ha realizado el estudio, todavía las empresas tienen cierto margen que, según los casos, puede ser más o menos elástico en el corto y medio plazo. Asociado a este problema, está la financiación: muchas empresas están acudiendo a **financiación externa** para solventar sus problemas de tesorería o para afrontar las inversiones que realizan. Si en los próximos meses **se inyecta suficiente dinero y barato** a las empresas que les permita aguantar hasta retomar la actividad, es muy probable que este tampoco sea el principal problema para afrontar la recuperación.
4. Esto será algo más complicado en aquellas empresas a las que les ha pillado la pandemia en un período de **inversión**, lo que aumenta considerablemente las incertidumbres frente al resto de empresas. La necesidad de financiación externa y de ayudas públicas las somete a una mayor presión sobre la rentabilidad de su actividad económica, por lo que el tiempo que tarden en recuperarse los niveles anteriores a la crisis puede ser un factor fundamental en la continuidad de estas empresas. Como hemos visto en el informe, la necesidad de capital para finalizar inversiones es el tercer problema en orden de importancia por el número de empresas a las que afecta.
5. En cuanto al resto de factores analizados, que tienen que ver con la **gestión empresarial**, como **pagos a proveedores** y **cobros a clientes**, no han supuesto problemas graves hasta la fecha y se solventarán con mayor facilidad en la medida en que se reinicie la producción y la comercialización, es decir, se retome la actividad productiva y se abran los mercados. En el caso de otro factor de producción analizado, el de **acceso a los suministros**, aunque ha aparecido con mayor frecuencia como problema para las empresas que han mantenido de alguna manera su actividad, también podrá normalizarse como consecuencia del arranque de la economía a escala nacional y la reapertura de las fronteras (comercio internacional).

#### 4.1.2. DESDE UN PUNTO DE VISTA CUALITATIVO

El preguntar a los promotores específicamente sobre la importancia que dan a cada uno de los problemas que han reflejado en sus fichas permite realizar una aproximación *cualitativa* a la jerarquía de los mismos, esto es, desde la propia percepción empresarial.

A partir de todas las respuestas obtenidas, se ha hecho una **formulación en categorías que permitiera agrupar las que eran similares, habiendo sido formuladas de manera personal por cada persona encuestada**. El resultado de todo ello se refleja en la siguiente tabla.

LISTADO DE PROBLEMAS CATEGORIZADOS	ORDEN DE IMPORTANCIA			PUNTOS
	1º	2º	3º	
Ampliar ERTE			1	1
Caída de precios a futuro	1			3
Cobertura de Internet (calidad y ancho de banda)	1			3
Condiciones de apertura (horarios y normas) o cierre de empresas	1			3
Contracción o cierre del mercado	2			6
Finalización confinamiento / reinicio actividad / reapertura mercados	13	2		43
Finalización de inversión: falta de recursos y/o retrasos en obras	3			9
Financiación para Tesorería	6	1		20
Financiación y ayudas	3	1		11
La Salud	1			3
Mantener empleo	1			3
Movilidad de trabajadores y acceso a domicilios	2			6
Obtener subvención solicitada	2	1		8
Pago ayudas económicas	1			3
Pago de impuestos		1		2
Paralización de contratos públicos	1			3
Personal para trabajar	1			3
Problemas de stock materias primas		1		2
Reducción del aforo previsto en reapertura al 50%		1		2
Retraso en cobros	3	1	1	12
Seguridad sanitaria: información y/o acceso a material de seguridad	3	3		15
Suspensión de formación de trabajadores	1	1		5

**financiación para la tesorería** (20 puntos), que junto con el problema que figura en cuarto lugar, **retraso en cobros** (12 puntos), y al quinto, la **financiación y ayudas** (11 puntos), revela una **clara percepción de los problemas de liquidez** al haberse reducido drásticamente la facturación sin un correlato en el conjunto de los gastos.

Por último, destaca también considerablemente el tercer lugar que ocupa en esta jerarquización basada en el discurso de los promotores sobre la necesidad de obtener **seguridad sanitaria** (15 puntos), asociada tanto al conocimiento de las condiciones que deberán cumplirse para garantizarla a trabajadores y clientes, como a la posibilidad de disponer del material y de los equipos necesarios para adecuarse a esas nuevas condiciones.

Finalmente, en el cuestionario había un apartado con una pregunta abierta para que todas aquellas empresas que no hayan tenido problemas importantes derivados de la pandemia o, incluso, hayan dispuesto de condiciones favorables para mejorar su facturación, nos relataran algún aspecto de su experiencia y su visión de la situación desde un punto de vista empresarial.

La puntuación obtenida se obtiene de la propia jerarquía señalada por cada promotor en los diferentes problemas de forma ponderada, es decir, otorgando tres puntos a la que señalaban en primer lugar, dos a la segunda y uno a la tercera.

De este modo, la jerarquización plasmada por el conjunto de las 63 empresas encuestadas es de todo punto coherente con la descripción y el rango de cada problema abordado en este informe y la valoración cuantitativa de su importancia relativa.

Así, la **finalización del confinamiento, el reinicio de la actividad y la reapertura de los mercados** ha obtenido con mucha diferencia la mayor puntuación (43 puntos) al haber sido señalado por 13 promotores como primer problema y por otros dos como segundo. Este problema es precisamente el que tiene que ver con los factores de **COMERCIALIZACIÓN y PRODUCCIÓN** que son los que han aparecido como más recurrentes en los 63 cuestionarios.

En segundo lugar, aparece la disponibilidad de tener

## 4.2 CONCLUSIONES AGRUPADAS POR SECTORES ECONÓMICOS Y TIPOS DE EMPRESA

### 4.2.1 POR SECTORES ECONÓMICOS

La siguiente tabla resume la posición relativa de cada sector económico recogido en el total de la encuesta sobre los promotores de cada sector que reconocían tener problemas en cada factor analizado, lo que nos permite elaborar como conclusión una **fotografía sectorial con el conjunto de problemas**.

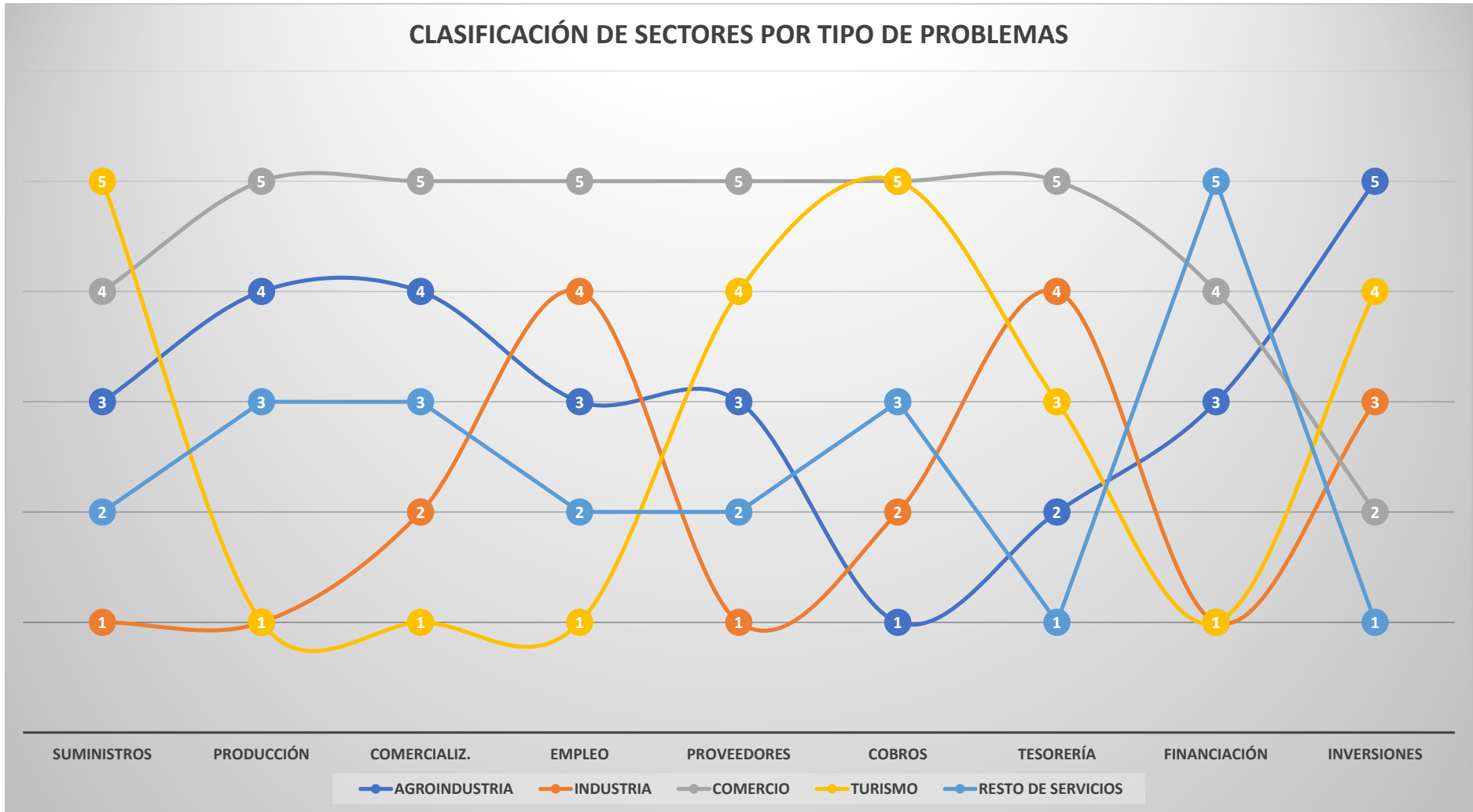
PRINCIPALES PROBLEMAS SEGÚN SECTORES	Nº PROM.	SUMINISTROS		PRODUCCIÓN		COMERCIALIZACIÓN		EMPLEO		PAGO PROVEED.		COBRO CLIENTES		TESORERÍA		FINANCIACIÓN		INVERSIONES	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
AGROINDUSTRIA	13	3	23,08%	6	46,15%	10	76,92%	3	23,08%	2	15,38%	8	61,54%	5	38,46%	5	38,46%	3	23,08%
INDUSTRIA	6	4	66,67%	6	100,00%	5	83,33%	1	16,67%	2	33,33%	3	50,00%	2	33,33%	3	50,00%	2	33,33%
COMERCIO	11	2	18,18%	4	36,36%	4	36,36%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	4	36,36%	5	45,45%
TURISMO	8	0	0,00%	8	100,00%	7	87,50%	5	62,50%	1	12,50%	0	0,00%	3	37,50%	4	50,00%	2	25,00%
RESTO DE SERVICIOS	25	14	56,00%	19	76,00%	20	80,00%	11	44,00%	4	16,00%	5	20,00%	10	40,00%	5	20,00%	12	48,00%
	63	23	36,51%	43	68,25%	46	73,02%	20	31,75%	9	14,29%	16	25,40%	20	31,75%	21	33,33%	24	38,10%

Los **colores rojos** indican un mayor porcentaje de promotores del sector aquejado por los problemas dentro de cada factor. Los **colores verdes**, por su parte, corresponden a una menor ocurrencia de esos problemas en el sector. Si le asignamos una puntuación a cada sector en cada tipo de problema según su *clasificación*, siendo el **1 el más afectado** y el **5 el menos**, según se muestra en la tabla siguiente, **obtenemos qué sector ha sido el que en conjunto ha obtenido menos puntuación y, por tanto, acumularía más problemas, frente al de mayor puntuación, que supondría una menor cantidad de empresas en el sector afectadas por dicho problema**.

CLASIFICACIÓN DE PROBLEMAS POR SECTORES	SUMINISTROS	PRODUCCIÓN	COMERCIALIZ.	EMPLEO	PROVEEDORES	COBROS	TESORERÍA	FINANCIACIÓN	INVERSIONES	TOTAL
AGROINDUSTRIA	3	4	4	3	3	1	2	3	3	26
INDUSTRIA	1	1	2	4	1	2	4	1	5	21
COMERCIO	4	5	5	5	5	5	5	4	2	40
TURISMO	5	1	1	1	4	5	3	1	4	25
RESTO DE SERVICIOS	2	3	3	2	2	3	1	5	1	22

Así, traducida la tabla al gráfico siguiente, comprobamos que la *industria* y el *resto de servicios* han resultado ser los más afectados por la emergencia sanitaria en el conjunto de los factores considerados, mientras que sería el *comercio* el sector menos desfavorecido por la misma, a una distancia considerable del resto. En medio se encontrarían el *turismo* (justo en la posición intermedia) y la *agroindustria*, como segundo sector con menor afectación.





El gráfico de arriba nos permite ver de manera lineal para cada **sector** cuál es su **situación global** dependiendo de los factores en los que presenta mayores y menores dificultades en comparación con el resto de sectores. Téngase en cuenta que todos estos elementos numéricos y gráficos expresan la **posición**

**relativa del sector en el conjunto de la muestra**, lo que no significa que nadie esté completamente exento de problemas, aunque esté en el rango bajo de un determinado factor. De hecho, la diferencia más subrayable en esta comparación está en el comportamiento del sector comercio respecto al resto, al ocupar la mejor posición en cuanto a menor incidencia en todos los tipos de problemas abordados.

## INDUSTRIA

Las **seis empresas** de este sector que contestaron la encuesta han sido especialmente afectadas en los factores de **suministros, producción, pago a proveedores y financiación**. Pero a esto añaden una segunda peor posición en comercialización, cobros a clientes y tesorería. Solamente, presentan una menor presión en los factores de **empleo, tesorería** (segundo mejor posición en ambos) y **finalización de inversiones**<sup>6</sup>, en el que ocupa la situación menos mal respecto al resto de sectores. Estamos hablando de pequeños negocios familiares en las que está al frente una persona como autónoma, o dos en el caso de una de las dos sociedades limitadas. El mercado es principalmente cercano y, salvo una, no se hayan incursos en inversiones importantes. La pandemia ha supuesto una considerable disminución de su facturación, pero no el cese de actividad, lo que se traduce en un grado importante de dificultades de financiación. Ninguna, salvo una de las dos carpinterías, ha señalado posibilidades o planteamientos de realizar readaptaciones de sus procesos productivos en el marco de la pandemia. En todos, pero especialmente en este sector, la principal variable de recuperación pasará por recuperar los niveles de comercialización anteriores a la crisis, porque tienen escaso margen para la reconversión para orientar su producción hacia otros productos y mercados, al tratarse de pequeñas empresas familiares y no estar organizado en un asociacionismo profesional fuerte que pueda buscar soluciones sectoriales de mayor alcance, como ocurre en turismo, por ejemplo.

## RESTO DE SERVICIOS (sin COMERCIO ni TURISMO)

Este sector no presenta una homogeneidad como tal pues, entre las **25 empresas** que contestaron la encuesta, se dan situaciones muy diferentes, como sucede, por poner un ejemplo entre los servicios sociosanitarios (esenciales) y los servicios a las empresas (no esenciales). No obstante, en términos de comarca, casi todos ellos obedecen al mismo patrón de pequeño negocio familiar rural orientado a la prestación de servicios en el propio territorio.

En estos negocios las mayores dificultades se centran en las **tensiones de tesorería** y la **finalización de inversiones**, ocupando en todos ellos el peor puesto. Pero también experimentan aprietos (segundo peor posición) en los **suministros, el empleo y el pago a proveedores**. Es decir, que tienen una situación delicada en cinco de los nueve tipos de problemas analizados. Sin embargo, en los factores donde globalmente se ha dado una mayor dificultad –producción y comercialización– mantienen una posición intermedia (tercer lugar), al igual que en el de cobro a clientes; y es el sector que menos problemas refleja en la financiación. De todo ello, cabe concluir que es un sector quizá con más margen para sostener el período de transición hasta que se produzca el ascenso de la curva de recuperación, que estará muy ligada a la del resto de sectores.

---

<sup>6</sup> El factor **relaciones con las administraciones** no lo tendremos en cuenta a efectos de estas conclusiones porque tiene una menor incidencia con relación a la situación económica real de cada empresa que el resto de factores considerados.

Quizá la diferenciación principal habría que hacerla entre las farmacias y el resto de negocios de servicios, pues sería el tipo de establecimiento de este subgrupo que, aun viviendo también dificultades operativas derivadas de la crisis y de su papel de atención a la salud de toda la población, con alteración de sus condiciones y logística de prestación de servicios (más trabajo, horarios más extendidos, cobros más tardíos, etc.), ha sufrido una menor pérdida de ingresos por facturación, salvo para ciertos productos de parafarmacia.

## TURISMO

Ha sido el tercer sector más afectado, tras la industria y el resto de servicios. Sin embargo, por sus características de servicio y de mercado, es **probablemente el sector más vulnerable y dependiente de las restricciones y hábitos de consumo que pueda esta pandemia acarrear a medio y largo plazo**.

Las ocho empresas que completaron el formulario muestran sus principales dificultades en **producción** (peor puesto compartido con industria), **comercialización, empleo y financiación** (también *ex equo* con industria). Donde menos dificultades encuentran es en **suministros** y en **cobro a clientes**, donde ocupa el puesto de menores dificultades (en “cobros”, posición compartida con comercio). Su posición es intermedia respecto al conjunto de empresas y sectores en los problemas relativos a tesorería y finalización de inversiones (tercera posición) y algo más positivo en cuanto el pago a proveedores (segundo mejor lugar).

Los negocios de este sector no suelen ser actividad principal, pero su peso específico en la economía comarcal es importante. La crisis ha obligado al cese completo de actividad, sin capacidad de facturar y teniendo incluso que devolver todas las reservas hechas hasta el verano en la inmensa mayoría de los casos. Sus problemas de financiación y tesorería están totalmente supeditados al tiempo que puedan aguantar sin comercializar de nuevo su oferta, pero también a las condiciones en que puedan volver a hacerlo (aforos, inversiones de readaptación, comportamiento de la demanda, etc.) lo que ha generado una gran incertidumbre.

Se han compartido los datos de este informe con la **Asociación de Turismo Rural de la Manchuela (ASTURMAN)** y con la **Asociación Rutas del Vino Manchuela**<sup>7</sup>, quienes han desarrollado diversas sesiones de trabajo y orgánicas con sus asociados para abordar la situación sectorialmente, llegando a conclusiones muy parecidas a las de este informe. A continuación, se reflejan algunas de las ideas sobre el sector que se plantearon en el intercambio de información y conclusiones con ambas entidades.

- El **negocio predominante** en la Manchuela es el de actividad de **pequeño negocio familiar complementario de la renta principal**. Esto hace que no afecte con la misma gravedad que a **empresas más grandes** (alguna hay en la comarca) con un uso más intensivo de capital, mayor actividad y oferta y más contratación de personal.
- Los problemas de **financiación y tesorería** en las empresas se han abordado principalmente con **créditos ICO**, pero muchos asociados no han necesitado recurrir a ellos, según se desprende de la encuesta hecha por ASTURMAN.

<sup>7</sup> Videoconferencia con el presidente (Diosdado Cuesta) y gerentes de ambas entidades (Encarna Arteaga y Alberto Páramo, respectivamente). La *Asociación para el Desarrollo de la Manchuela* y ASTURMAN son dos de las socias fundadoras de la Ruta del Vino Manchuela.

- Se tiene la esperanza de recuperar facturación de verano y de otoño-invierno, con el **objetivo de minimizar las pérdidas** que seguro tendrán en el balance anual.
- Existe mucha **incertidumbre** sobre el **momento** y las **condiciones de reapertura**, lo que marcará realmente el nivel de recuperación en este año.
- Existe una opinión dominante en los medios de comunicación de que el **turismo de interior** se convertirá en destino **preferente frente al de playa para el público nacional**. Sin embargo, hasta el momento, **esto no se ha traducido en una recuperación de la demanda de verano que lo corrobore**. En la gente que está llamando, sí se está dando preferencia a más días de reserva (semanas e incluso quincenas, frente a los 3-4 días de demanda habitual), en grupos grandes y solicitando piscinas. Pero no se concretan las contrataciones, generalmente porque se consideran precios elevados (en comparación con los equivalentes de playa) y por la incertidumbre sobre la posibilidad real de poder organizar las vacaciones (disponibilidad de dinero, fechas vacacionales elegidas respecto a posible situación de rebrotes, etc.). No se sabe si la apertura de las fronteras supondrá algún cambio referido al comportamiento de la demanda (turismo internacional).
- La **estrategia** que se plantea el sector desde la Asociación es **mejorar en seguridad y calidad**, porque no se pueden mejorar los resultados y la rentabilidad vía competencia de precios ni priorizando un incremento de la cantidad de pernoctas y del número de clientes. Se considera poco deseable una intensificación del turismo porque, además de no ser conveniente desde el enfoque de sostenibilidad territorial (*turistización del medio rural*), agudizaría el problema que empieza a percibirse de *turismofobia*, ante el temor de la población local de una llegada masiva de personas que puedan poner en riesgo sanitario a una población que no ha sido excesivamente afectada, pero en la que existen muchas personas mayores que son de alto riesgo en esta pandemia. Este fenómeno local de “desconfianza” no se da sólo ante el turista foráneo, sino incluso ante la previsible llegada vacacional de población de segunda residencia que son de los pueblos (población vinculada). El debate abierto en las localidades y comarcas rurales sobre la conveniencia o no de abrir las piscinas municipales, con gente a favor y en contra, ejemplifica con mucha claridad este problema.
- Dadas las circunstancias, en las que no se han cubierto aún todas las fases contempladas en el Estado de Alarma, esta **estrategia** no se ha podido traducir todavía en el **diseño de nuevas ofertas diferenciadas** que permitan replantear el modelo turístico a seguir después de la pandemia, aunque es una tarea que se plantean abordar prioritariamente las asociaciones sectoriales y el mismo CEDER. Entretanto, en términos operativos, la estrategia turística hacia la nueva normalidad se va a concretar en una importante inversión del sector en **campañas de información y promoción a escala nacional** basada en las ideas mencionadas de **seguridad y calidad**, que se pondrán inmediatamente en marcha.

## AGROINDUSTRIA

Son **13 empresas** las que devolvieron el cuestionario en este sector. Es el segundo menos afectado en conjunto, tras el comercio. Sus principales dificultades tienen que ver con los **cobros a clientes**, en el que ocupan la peor posición, lo que está asociado a la predominancia en los cuestionarios del sector vitivinícola (ocho empresas) sobre el resto. De hecho, de las 16 empresas de la muestra que han señalado tener dificultades en este rubro, ocho son agroindustrias (casi dos tercios) y, de ellas, seis corresponden al sector del vino. **El problema aquí está también asociado a la suspensión de contratos, al temor de exceso de producto almacenado cuando se junte con la próxima cosecha y la subsiguiente caída de precios**. Estas características tan negativas no tienen por qué darse en otros sectores de la agroindustria con productos como leguminosas, cereal, quesos, ajo o champiñón, pues la alimentación sigue siendo un sector esencial



que, en algunos casos, hasta ha experimentado incremento de precios por aumento de la demanda durante el confinamiento. El segundo factor donde encuentra mayores dificultades este sector es el de **tesorería** (segundo peor puesto), con tensiones que vienen agravadas en la crisis más allá de las características de estas empresas que suelen funcionar con créditos de campaña, al tener que concentrar su facturación en un período muy específico del año y repartir los gastos durante todo el proceso de producción.

En el resto de variables, tiene un comportamiento mejor que los sectores anteriormente analizados, obteniendo un segundo mejor puesto respecto a la existencia de problemas en producción y comercialización, precisamente los factores críticos en el conjunto de la muestra; un lugar intermedio (tercer puesto) en lo referente a suministros, empleo, pago a proveedores, financiación y finalización de inversiones; y no obtiene la mejor posición en ningún factor.

Es previsible que la luz roja en el apartado de comercialización se encienda más adelante para las empresas vitivinícolas, tras la vendimia de 2020, si antes no se han resuelto los problemas de apertura de mercado internacional para el vino embotellado y a granel, lo que sigue siendo una incógnita a estas alturas. También hay que tener en cuenta que el vino es un producto con un mercado natural asociado al turismo, por lo que, a diferencia de otros productos alimentación de consumo más frecuente y cotidiano, se resentedo más por las condiciones del Estado de Alarma respecto a la movilidad de personas.

## COMERCIO

El pequeño comercio local **ha sido sin duda el sector menos afectado**, pero esto tiene que ver con el hecho de que 10 de las **11 empresas** de este sector que respondieron al formulario están ligadas al subsector de la alimentación. La única que no lo está, una ferretería, señala no haber sufrido de momento las consecuencias más negativas de la crisis (incluso haber tenido un ligero incremento de facturación en abril), pero teme que esto pueda cambiar en breve.

Y en cuanto a las de alimentación (cuatro supermercados; tres panaderías; una carnicería; una tienda *gourmet*; y una tienda de alimentación animal), han funcionado mejor los supermercados que el resto, porque han tenido incluso un crecimiento de la demanda el tiempo que duró el confinamiento y por el incremento del consumo local en alimentación; mientras que otros, como las panaderías, han visto reducidas sus ventas por limitaciones en el reparto (problemas de movilidad fuera de la localidad) y por la suspensión de la actividad hostelera (turismo) y la llegada de población vinculada (segundas residencias).

Ocupan el primer lugar en cuanto a la menor incidencia de problemas en seis de las nueve variables analizadas: **producción, comercialización, empleo, pago a proveedores, cobros a clientes y tesorería**; y el segundo mejor puesto en cuanto a suministros y financiación. Su mayor problema lo encuentra en el rubro de **finalización de inversiones**, donde ocupan el segundo peor puesto, y las dificultades señaladas tienen que ver con la finalización de obras por la paralización de la construcción en dos de las cinco empresas afectadas.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que la comarca de **la Manchuela tiene un sector de comercio local (tiendas) más diversificado que lo aparecido en la muestra** y que, de haber aparecido en ella, hubiera manifestado más problemas que los reflejados en este informe.

El reto para este sector, incluido el de la alimentación, será mostrar capacidad para desarrollar estrategias de *comercio electrónico* en el medio-largo plazo y la introducción de *nuevos servicios* que ofrezcan alicientes para la población local permanezca fidelizada, tras este crecimiento de consumo local que ha supuesto el confinamiento.

#### 4.2.2. POR TIPO DE EMPRESAS

Utilizando el mismo sistema de colores y ponderación que para el análisis por sectores, las dos tablas anteriores y la gráfica subsecuente, muestran la *clasificación* según dificultades que tienen los tres tipos de empresas que han aparecido en la encuesta<sup>8</sup>.

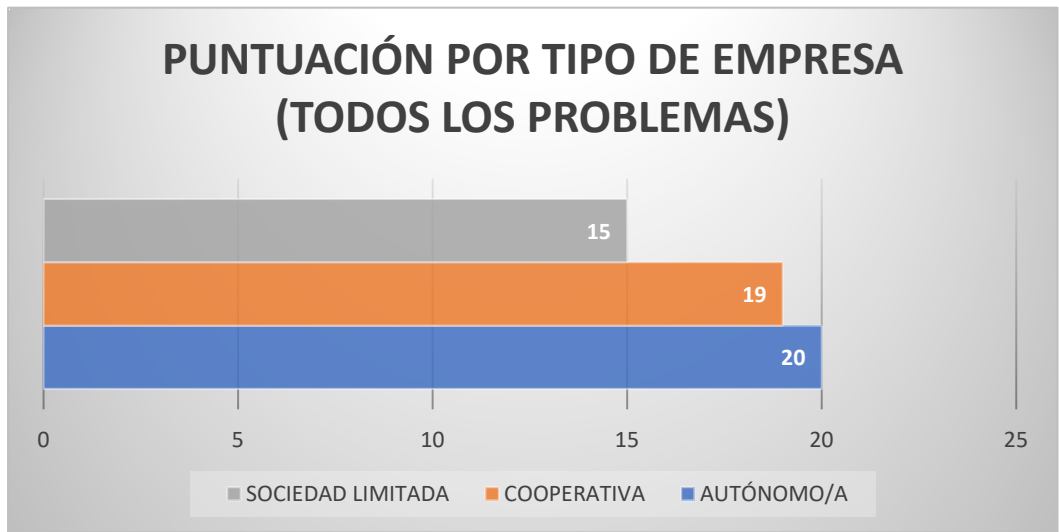
PRINCIPALES PROBLEMAS SEGÚN TIPO DE EMPRESAS	Nº PROM.	SUMINISTROS		PRODUCCIÓN		COMERCIALIZACIÓN		EMPLEO		PAGO PROVEED.		COBRO CLIENTES		TESORERÍA		FINANCIACIÓN		INVERSIONES	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
AUTÓNOMO/A	32	16	50,00%	25	78,13%	24	75,00%	11	34,38%	4	12,50%	3	9,38%	10	31,25%	10	31,25%	9	28,13%
COOPERATIVA	7	1	14,29%	3	42,86%	5	71,43%	0	0,00%	1	14,29%	5	71,43%	4	57,14%	3	42,86%	2	28,57%
SOC. LIMITADA	22	5	22,73%	14	63,64%	15	68,18%	8	36,36%	4	18,18%	7	31,82%	5	22,73%	8	36,36%	11	50,00%
OTROS (SAT y SA)	2	1	50,00%	1	50,00%	2	100,00%	1	50,00%	0	0,00%	1	50,00%	1	50,00%	0	0,00%	2	100,00%
	63	23	36,51%	43	68,25%	46	73,02%	20	31,75%	9	14,29%	16	25,40%	20	31,75%	21	33,33%	24	38,10%

CLASIFICACIÓN DE PROBLEMAS POR SECTORES	SUMINISTROS	PRODUCCIÓN	COMERCIALIZ.	EMPLEO	PROVEEDORES	COBROS	TESORERÍA	FINANCIACIÓN	INVERSIONES	TOTAL
AUTÓNOMO/A	1	1	2	2	3	3	2	3	3	20
COOPERATIVA	3	3	3	3	2	1	1	1	2	19
SOC. LIMITADA	2	2	1	1	1	2	3	2	1	15

**La conclusión principal es que la forma jurídica que ha sido más afectada en el conjunto de factores analizados ha sido la de las *sociedades limitadas*, con una diferencia apreciable respecto a las cooperativas y autónomos, que lo han sido prácticamente en la misma proporción.**

<sup>8</sup> Se excluyen del análisis las Sociedades Anónimas y las Sociedades Agrarias de Transformación, que han sido agrupadas en todo momento en la categoría minoritaria de "otros", al haber sólo una empresa de cada tipo entre las 63 fichas recibidas.

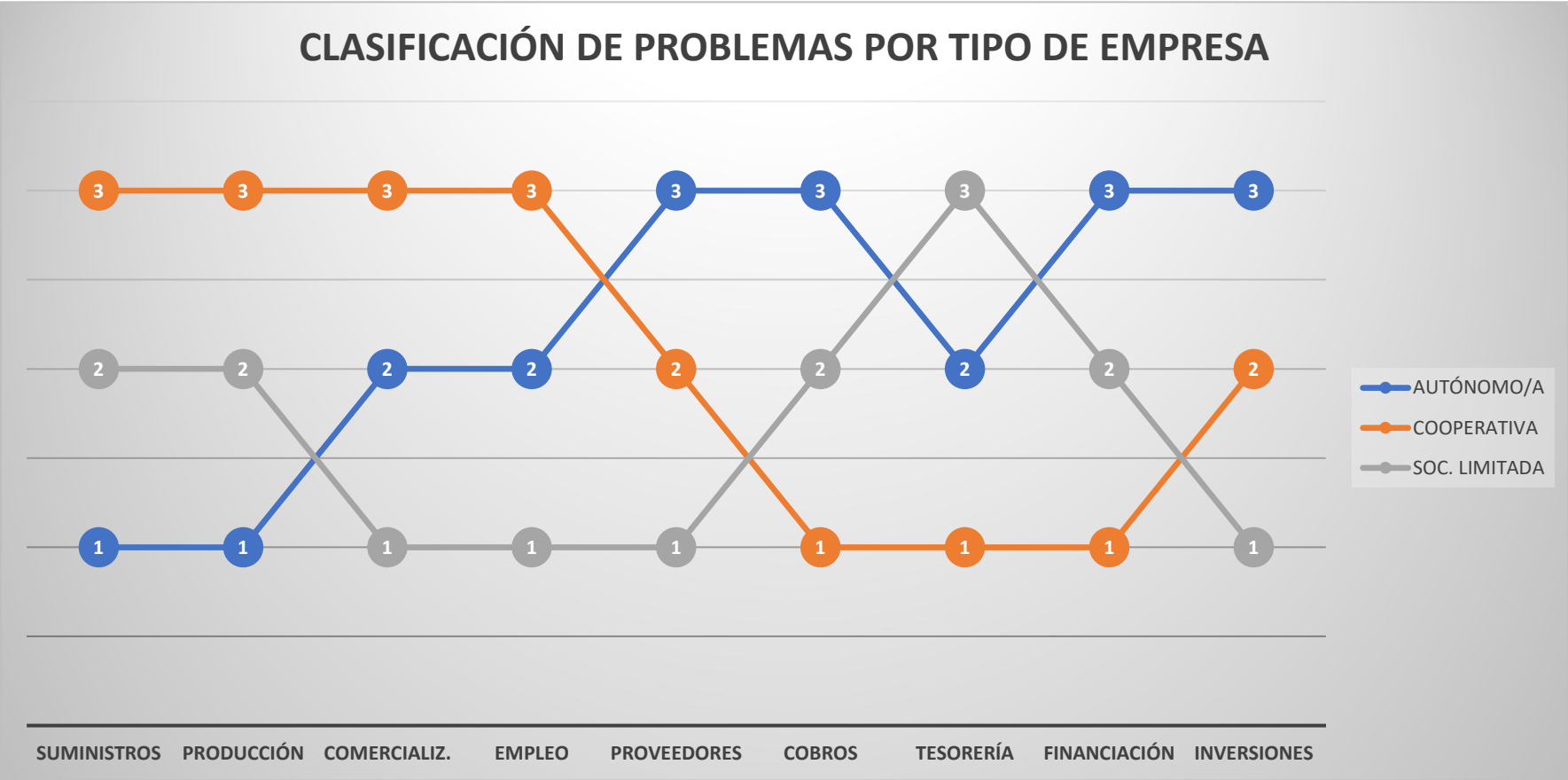
Hay que tener en cuenta, no obstante, que tal como se ha visto a lo largo del informe, la variable *tipo de empresa* no parece tener un peso notorio en la capacidad de la empresa para reducir el tipo y magnitud de las dificultades en cada factor analizado.



Como muestra la gráfica de la página siguiente, las **sociedades limitadas** han sido las que han tenido mayores dificultades en **comercialización, empleo, pago a proveedores y finalización de inversiones**, pero también una segunda peor posición en cobros a clientes y en financiación, por lo que su situación es remarcablemente más deficitaria que en las figuras de cooperativas o autónomos. En cualquier caso, el tipo de ayudas y políticas públicas que puedan implementarse a favor del tejido empresarial en las comarcas rurales para superar la crisis e iniciar la recuperación irá principalmente dirigido a micro pymes de carácter familiar, entre las que se incluyen tanto los autónomos/a como este tipo de sociedades limitadas (muchas veces con sus titulares dados de alta en el régimen de trabajadores autónomos).

También resulta remarcable cómo precisamente la figura de **autónomos/as** ha mostrado una buena capacidad de resistencia en factores como **pago a proveedores, cobros a clientes, financiación y finalización de inversiones**, lo cual los situaría en una posición aparentemente menos precaria para aguantar los problemas específicos de *gestión empresarial* y de *financiación*. Su principal debilidad está en torno a los problemas de **suministros** y de **producción**.

En cuanto a las **cooperativas**, la mayoría de las cuales se circunscribe al sector agroindustrial en la encuesta, ha mostrado una menor incidencia en los factores propiamente *productivos*, como **suministros, producción y comercialización**, además del **empleo**; mientras que sus debilidades están más en torno a los temas de *gestión y financieros*, como **cobros, tesorería y financiación**, en los que ocupa el peor puesto, y de **pago a proveedores y finalización de inversiones** en los que ocupa el segundo.



### 4.3. OTRAS CONCLUSIONES

Asociadas a las conclusiones vistas en los dos anteriores apartados (4.1. y 4.2.), cabe señalar algunas cuestiones que han aparecido, tangencialmente a veces y como sustrato otras, a lo largo del informe.

#### **Cambios en la estructura de la oferta-demanda en determinados sectores**

La pandemia y la crisis económica que ha desatado por la necesidad de adoptar medidas sanitarias que han supuesto un frenazo a la economía en todos sus niveles (internacional, nacional, regional y local) **puede estar introduciendo cambios estructurales en las formas de producir bienes y servicios y de comercializarlos**. Dichas transformaciones serán diferentes en unos y otros sectores, en función de sus características, y se irán dibujando según avance el proceso de reactivación económica y se sepa científicamente más sobre el comportamiento y las posibilidades de control real –parcial o total– de la COVID-19 e, incluso, de posibles futuras pandemias. Pero lo que ya se atisba es que el **turismo** y el **comercio local** son dos sectores que ya están experimentando dichos cambios y, cuanto antes se perfilen estrategias adecuadas, menores serán los impactos negativos del proceso de adaptación de las empresas.

#### **La comunidad y la organización comunitaria como factor de adaptación a la nueva normalidad**

A lo largo del confinamiento, se han podido conocer numerosas muestras de solidaridad intracomunitaria, especialmente orientadas a la atención de las personas con mayores opciones de vulnerabilidad, pero también se han conocido hechos de conductas de riesgo que han pasado por alto las recomendaciones reiteradas por las autoridades sanitarias. Esta tensión también ha tenido su correlato en las poblaciones con respecto a la llegada o no de personas de fuera (principalmente, de segundos residentes, ya que el turismo ha estado literalmente suspendido). Todo ello nos habla de que, durante los próximos meses, las comunidades rurales vivirán esa tensión entre la *solidaridad* y la *estigmatización* con el consiguiente riesgo de polarización y de conflicto de intereses y visiones entre personas de dentro entre sí y con las de fuera.

Las propias conductas de relación social que han primado hasta ahora en los pueblos van a experimentar probablemente también transformaciones de calado y los consecuentes cambios culturales, que siempre son a más largo plazo. Escapa el alcance de este informe, pero quizá haya que prestar atención a dicha tensión facilitando su abordaje desde una pedagogía social que ponga la construcción del bien común en el centro y la organización comunitaria como la herramienta más adecuada para transitar estos procesos de cambio social y cultural. En lo económico, el reforzamiento de lo comunitario puede suponer la aparición de nuevas oportunidades de negocio a partir del énfasis en los **cuidados de las personas**, lo que requerirá una inyección importante de recursos públicos para atender todas las necesidades de cuidado con el conjunto de la población y con aquellas personas o grupos especialmente vulnerables.

El equivalente del bien común en el mundo empresarial lo constituye la **cooperación empresarial** entre sectores y los posibles escenarios de integración entre sectores económicos que puedan resultar sinérgicos desde un punto de vista territorial y de mercado. Para ello, será fundamental poder articular, o consolidar en su caso, el **asociacionismo sectorial** que permita defender de manera más adecuada los intereses legítimos del tejido empresarial comarcal. En nuestro

caso, el sector agroindustrial y de turismo ya tienen una trayectoria sólida de asociacionismo que sería deseable ver extendida a la pequeña industria, el comercio o el resto de los servicios.

### La formación de recursos técnicos y profesionales

Como correlato a lo anterior, los recursos técnicos y profesionales de la comarca podrían desempeñar un *papel facilitador* de estos procesos que van a necesitar mucho *diálogo social* y también *creatividad* para aplicar nuevas herramientas a realidades también diferentes. Esto compete a todos los profesionales que trabajamos con personas en el territorio en los diferentes ámbitos y servicios: salud, educación, empleo, promoción económica, servicios sociales, centros de la mujer, atención a la discapacidad y un largo etcétera.

Ese papel facilitador de las relaciones entre los diferentes actores territoriales va a requerir abordar dos procesos para resultar eficiente: la **coordinación de estrategias de los diferentes ámbitos de intervención de todos los recursos técnicos y profesionales**, cuyo espacio natural sería el binomio *Mancomunidad / CEDER*, por ser las dos entidades que comparten fines y presidencia, cubren toda la Manchuela y aglutinan los espacios de cooperación público-privada que se da en el territorio desde hace más de treinta años; y **procesos de formación en metodologías comunitarias de dichos recursos**.

### La importancia de las TIC en el mundo rural que se avecina

Esta crisis ha puesto de manifiesto la importancia esencial que venía teniendo —y ahora más aún— el **uso intensivo de las TIC en el medio rural**, no sólo desde un punto de vista productivo, sino también social y sociosanitario. El cambio en las empresas, la reestructuración de mercados y de formas de comercializar la oferta de las empresas en casi todos los sectores, unido al crecimiento progresivo del **teletrabajo** en el que muchas empresas se han introducido por primera vez con relativo buen resultado, dada la urgencia con que se ha implementado, suponen un incremento de la importancia de **las TIC como estrategia de desarrollo territorial**, tanto para la población residente y la vinculada (personas que trabajan y no viven en el territorio y personas que ni trabajan ni residen, pero tienen presencia a lo largo de todo el año en períodos vacacionales) como para la posible atracción de nuevos pobladores que decidan, en virtud de las nuevas realidades, abandonar el medio urbano para vivir en los pueblos. En cualquier caso, es **imprescindible que las administraciones aseguren la cobertura y las conexiones de alta velocidad y de calidad en todas las comunidades** para garantizar los derechos de toda la población de acceso a todos los servicios públicos y de las empresas a poder apoyarse en cualquier estrategia económica que se base en un uso intensivo de las TIC.

### Las empresas de servicios a las empresas

En último lugar, pero no menos importante, hay que resaltar el papel desempeñado por **asesorías y entidades financieras** (principalmente las Cajas Rurales, de amplia implantación en la Manchuela) ya mencionado en este informe. En un contexto de urgencia y en una magnitud sin precedentes, han tenido que dar servicio al empresariado comarcal para hacerles llegar y, en su caso, tramitar las diferentes ayudas públicas que se han implementado a partir de la crisis. Esta respuesta urgente de ambos tipos de entidades permite reflexionar sobre la necesidad de desarrollar un sector de poca implantación en el medio rural que puede ganar peso específico en la nueva realidad, además de suponer un nicho de nuevos emprendimientos para población joven y formada: el **servicio a las empresas**. Estamos hablando de pequeñas empresas orientadas a un mercado comarcal que puedan **externalizar algunas partes de los procesos de**

**producción y de comercialización** a las empresas de un determinado sector que tengan dificultades de coste para mantener un departamento específico que cubra ciertas necesidades de servicios en esos capítulos. Por ejemplo, en las empresas vitivinícolas –principalmente cooperativas– algunos servicios como el de enología ya están siendo prestados por empresas “autónomas” que cubren la demanda de varias bodegas. También hay familias y personas que, explotando determinadas fincas (frutos secos, algo de viña, etc.), su actividad no constituye la principal y requieren la contratación de ciertos servicios propios del ciclo agrícola. En la Manchuela, esto se da con el viñedo, pero también con leñosos como almendros, pistachos y olivar. Y, por supuesto, otro nicho clásico de *servicios a las empresas* lo constituyen la **formación** y la **consultoría**, que van a cobrar también protagonismo para situar a las empresas y sectores de la forma más eficaz y eficiente en los cambios necesarios que, sin duda, deberán implementar.

## 5. RECOMENDACIONES DESDE EL GRUPO DE DESARROLLO RURAL DE LA MANCHUELA

Como colofón de este informe, se enumeran a continuación algunas recomendaciones consecuentes con la realidad descrita y las conclusiones alcanzadas. Unas orientadas a la toma de decisiones y la reflexión del propio GDR de la Manchuela, tanto desde un punto de vista territorial y de características de la estructura productiva de la comarca, como de cara a la gestión del Programa Leader, como principal instrumento para abordar las estrategias a plantear. Otras, planteadas de manera más general, dirigidas a las diferentes administraciones desde los propios promotores –y que son asumibles también para el Grupo–, ya sean específicas de Desarrollo Rural, o bien de departamentos de políticas económicas y empleo de la Administración General del Estado o de la JCCM.

### 5.1. PARA LA ACCIÓN DEL GDR

1. De cara a las próximas **convocatorias de subvenciones Leader**, dar una mayor valoración a efectos de selección de proyectos y de baremos de ayudas, todas aquellas solicitudes que tengan un impacto sectorial a nivel comarcal.
2. Reservar incluso, siempre que los criterios de elegibilidad lo permitan, ayudas para **proyectos del propio GDR** orientadas a facilitar cualquier cambio y adaptación sectorial para la mejora de procesos de producción y comercialización del sector. Específicamente, en este informe aparecen dos espacios claros de intervención: apoyar al **sector turístico en el diseño y articulación de ofertas diferenciadas** (que no existen a día de hoy en el territorio ni en el sector) para un reposicionamiento de los establecimientos asociados a este sector. En este sentido, será clave la colaboración con *ASTURMAN* y con la *Asociación Rutas del Vino de la Manchuela*. Análogamente, evaluar y promover en el **sector del pequeño comercio** las opciones de implantación de **estrategias de comercio electrónico**, orientadas a fidelizar el mercado local y ampliar el exterior con nuevos servicios y una red de cooperación sectorial.

3. Favorecer el desarrollo y la implantación del **teletrabajo y otras formas de uso intensivo de TIC** en las empresas locales que muestren mayor interés, disposición y beneficio potencial para mejorar sus procesos de producción y comercialización. Igualmente, propiciar la **adecuación tecnológica y organizativa** para hacerlo, a través de **ayudas a la inversión y a la formación** a medida de las condiciones concretas de sectores y empresas.
4. Seguir participando en las estrategias locales y comarcales orientadas al **emprendimiento** que tienen como objetivo la creación de nuevas oportunidades de negocio no existentes en la actualidad y apoyarlas vía proyectos, tanto para su puesta en marcha como para su implantación en el tejido empresarial local. Se puede empezar en este sentido con las iniciativas que puedan existir de **servicios a las empresas**.
5. Abrir y facilitar entre actores territoriales el debate sobre las posibles formas de promover y priorizar con Leader una **economía basada en los cuidados, la sostenibilidad y la cercanía producción-consumo (economía circular)**, especialmente en el diseño del Plan Territorial para el próximo período de **programación 2021-2027**, sin menoscabo de ninguno de los sectores implantados a día de hoy en la comarca, pero reorientando en la medida de lo posible su adaptación a nuevos parámetros.
6. Consecuentemente con lo anterior, se recomienda impulsar desde el GDR de la Manchuela la participación más amplia posible de los actores territoriales en el debate para la futura **Ley de Desarrollo Rural y Territorial y Lucha contra el Despoblamiento**, cuyos trámites ha iniciado a fines de 2019 la Junta de Comunidades de Castilla - La Mancha. Asimismo, impulsar en el interior de la Asociación para el Desarrollo de La Manchuela los **Grupos de Trabajo** ya existentes que han empezado a funcionar como parte del proyecto de *Animación Territorial* (proyecto del propio GDR), especialmente el de *Gestión Territorializada* (con responsables institucionales y técnicos municipales y el de *Inclusión Social* (con profesionales de la intervención social de diferentes ámbitos).

## 5.2. PARA LA ACCIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES

En este apartado, las medidas aglutinadas a partir de las propuestas reflejadas por el empresariado comarcal que ha participado en el estudio –y que fueron planteadas en el apartado 3.6.– sintetizan y recogen el sentir del tejido empresarial sobre el tipo de medidas que podrían desarrollar las administraciones:

1. Reducción y/o aplazamiento de **cargas de la Seguridad Social y otros impuestos** (ayudas fiscales) a micro pymes y autónomos/as rurales.
2. Dotación de recursos para **ayudas públicas** a sectores y empresas afectadas y mayor **agilidad en la tramitación y pago** de las ayudas.
3. Apoyo específico al **sector turístico**, a través del **estímulo de la demanda de cercanía y nacional**, basado en la imagen de seguridad sanitaria del territorio rural.
4. Fomentar el **consumo de cercanía**, especialmente en los ámbitos de **alimentación y pequeño comercio local**.
5. **Inversión pública en sectores básicos** (incluidas las TIC) para dinamizar la economía local.



6. Ajustar y dar cobertura informativa suficiente a las **condiciones de seguridad necesarias para la reapertura** de negocios y ayudas para las adaptaciones que requieran realizar los establecimientos.
7. Reducción de la **burocracia** y simplificación de los **trámites** a realizar.
8. Inyectar recursos públicos que permitan a las empresas recibir **financiación de bajo coste** para poder garantizar su reactivación.
9. Garantizar **ingresos mínimos en los hogares** para cubrir necesidades básicas y estimular la demanda interna territorial.
10. Políticas de **creación de empleo**.
11. Minoración de los **compromisos** relativos a las **subvenciones Leader** de los promotores afectados por la pandemia.
12. Extensión de las **pruebas de COVID-19** para seguridad de personal y clientes.
13. Valorar lo esencial: los **cuidados**, el **entorno** y un **reparto justo y equitativo** de la riqueza.







