

DOCUMENTOS

EL EMPRESARIADO EN EL FUTURO ECONÓMICO ONUBENSE

Coordinadores*: *Emilio Fontela* (Universidad A. Nebrija)
Joaquín Guzmán (Universidad de Sevilla)
Manuela A. de Paz (Universidad de Huelva)
María de la O Barroso (Universidad de Huelva)

DOC. N.º 9/06

(*) El equipo de investigación además de los coordinadores ha estado formado por las siguientes personas:

Felipe Rafael Cáceres Carrasco
Francisco Liñán Alcalde
M^a José Rodríguez Gutiérrez
Blanca Miedes Ugarte
M^a José Asensio Coto
Dolores Redondo Toronjo
Antonio Moreno Moreno
Celia Sánchez López
Carmen Pilar Lancha Castilla
Teresa Rojo



INSTITUTO DE
ESTUDIOS
FISCALES

N.B.: Las opiniones expresadas en este documento son de la exclusiva responsabilidad de los autores, pudiendo no coincidir con las del Instituto de Estudios Fiscales.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

PARTE PRIMERA: EL EMPRESARIO ONUBENSE

1. INTRODUCCIÓN: LA IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN IMPULSORA
2. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA
3. CARACTERÍSTICAS PERSONALES Y ENTORNO FAMILIAR
 - 3.1 La edad
 - 3.2. El sexo
 - 3.3. Lugar de origen del empresario
 - 3.4. Nivel socioeconómico
 - 3.5. Entorno familiar
4. FORMACIÓN
5. EXPERIENCIA LABORAL EN EMPRESAS AJENAS
6. FACTORES DEL CONTEXTO SOCIAL
 - 6.1. La consideración social del empresario
 - 6.2. Redes de contacto
7. OTROS FACTORES
8. LA MOTIVACIÓN
9. EL PERFIL DEL EMPRESARIO ONUBENSE
10. VALORACIÓN DE LA CALIDAD DEL EMPRESARIO ONUBENSE
 - 10.1. Comportamiento del empresario onubense ante las decisiones de ampliación de la empresa
 - 10.2. Comportamiento del empresario onubense frente a la innovación
 - 10.3. Comportamientos orientados a la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio
 - 10.4. Otros comportamientos dinamizadores en el empresario onubense
 - 10.5. Comportamiento asociativo y espíritu de colaboración del empresario onubense

CONCLUSIONES

PARTE SEGUNDA: UN MUNDO DE OPORTUNIDADES

1. INTRODUCCIÓN
2. DIAGNOSTICO Y POTENCIAL
 - 2.1. El entorno de Andalucía y de Huelva
 - 2.2. Base del diagnóstico de la provincia de Huelva

- 2.2.1. El capital material de Huelva
 - 2.2.1.1. Las infraestructuras de Huelva
 - 2.2.1.2. La estructura productiva y económica
- 2.2.2. El capital intangible de Huelva
 - 2.2.2.1. El capital humano
 - 2.2.2.2. El capital tecnológico
 - 2.2.2.3. El capital organizativo

3. OPORTUNIDADES DE INVERSIONES PRIVADAS Y PÚBLICAS

- 3.1. Consideraciones de prospectiva
- 3.2. Estrategias y oportunidades
 - 3.2.1. Mejora de la calidad de vida en Huelva
 - 3.2.2. Un sistema logístico y productivo industrial
 - 3.2.3. Un turismo integrado en el territorio
- 3.3. Políticas de estímulo de las nuevas oportunidades de desarrollo empresarial

PARTE TERCERA: LAS JORNADAS DE PROSPECTIVAS HUELVA 2005

1. INTRODUCCIÓN

2. EL CONTEXTO DEL EVENTO

- 2.1. Los Procesos de cambio técnico y social en curso
- 2.2. Cambio de tendencias en política urbanística. (Recomendaciones de los organismos internacionales)
- 2.3. Grandes retos para Huelva

3. TALLER SOBRE ESCENARIOS

- 3.1. Visiones de los ciudadanos y asociaciones ciudadanas
- 3.2. Visiones del empresariado
- 3.3. Visiones del sector político
- 3.4. Visiones de los expertos
- 3.5. El Escenario de consenso para Huelva 2025

4. ACCIONES PARA EL FUTURO DE HUELVA

- 4.1. Propuestas para el desarrollo sostenible
- 4.2. Propuestas para la formación de los Recursos Humanos
- 4.3. Propuestas para el futuro del Puerto
- 4.4. Propuestas para la cohesión Territorial y Social
- 4.5. Acuerdo sobre acciones a emprender

CONCLUSIONES DE LAS JORNADAS

ANEXO: La Metodología EASW

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Distribución de los empresarios de la muestra en intervalos de edad
2. Distribución de los empresarios de la muestra en función del sexo
3. Nivel socioeconómico de los empresarios o de sus familias en el momento de iniciarse como empresario
4. Empresarios con padres con tradición empresarial
5. Nivel de formación de los empresarios andaluces cuando iniciaron su primer negocio
6. Nivel de formación del empresario en función de la edad
7. Nivel de formación del empresario onubense en función del sexo
8. Tipo de experiencia laboral previa del empresariado onubense
9. Consideración social del empresariado onubense en el momento de iniciarse en la actividad y en la actualidad
10. Consideración social del empresariado onubense en el momento de iniciarse en la actividad. Comparación con Andalucía occidental
11. Preferencia de los empresarios onubenses por el trabajo por cuenta propia o ajena
12. Ampliación de la empresa durante los tres últimos años
13. Desarrollo de proyectos de innovación por el empresario onubense
14. Adquisición de nueva tecnología por el empresario onubense
15. Principales mercados y fuentes de aprovisionamiento de los empresarios onubenses
16. Actitud del empresario onubense en relación a los comportamientos dinamizadores
17. El desarrollo glocal
18. Los procesos de acumulación glociales
19. Pirámides de población. España, Andalucía y Huelva
20. Escenario común sobre las oportunidades de negocios y empleo en Huelva 2025
21. Ejes sobre los que se basa la metodología EASW

ÍNDICE DE TABLAS

1. Empresarios investigados según tamaño y actividades de sus empresas
2. Edad del empresario onubense en función del tamaño empresarial
3. Distribución de los empresarios onubenses por sexo y edad
4. Distribución de los empresarios onubenses por sexo y año de inicio de la actividad
5. Lugar de nacimiento de los empresarios onubenses y de sus padres
6. Nivel de formación de los empresarios onubenses en función del nivel socioeconómico
7. Prueba de independencia entre el nivel socioeconómico y el grado de formación del empresario onubense al inicio de la actividad empresarial

8. Experiencia laboral previa de los empresarios
9. Experiencia laboral previa de los empresarios onubenses en función de la edad
10. Consideración social percibida por empresarios en función de la edad
11. Redes de contacto y apoyos en el momento de iniciar la actividad empresarial
12. Valoración de los principales obstáculos al inicio de la actividad empresarial
13. Tipo de motivación en el empresario onubense
14. Tipo de motivación del empresario onubense según el sector de actividad
15. Tipos de motivación del empresario onubense según el sexo y la edad
16. Empresarios onubenses que realizan ampliaciones en la empresa en función de la edad
17. Ampliaciones realizadas por el empresario onubense en función de la dimensión de la empresa y el sector de actividad
18. Empresarios onubenses que desarrollan proyectos de innovación en función del sector de actividad empresarial y la dimensión de la empresa
19. Formación de los trabajadores en función de la dimensión de la empresa y el sector de actividad en la provincia de Huelva
20. Empresarios onubenses con acuerdos de colaboración en función de la dimensión de la empresa
21. Distribución de las empresas por número de trabajadores. 2002
22. Renta Familiar Disponible por habitante,2001. Evolución 1996-2001
23. Tasas de actividad, desempleo y ocupación por sexo y territorio
24. Afiliados en alta y distribución por regímenes y ámbito territorial (30/04/2003)
25. Distribución de los trabajadores del régimen general por tipo de contrato y jornada
26. Los ámbitos de los nuevos yacimientos de empleo
27. Indicadores para la sostenibilidad local

INTRODUCCIÓN

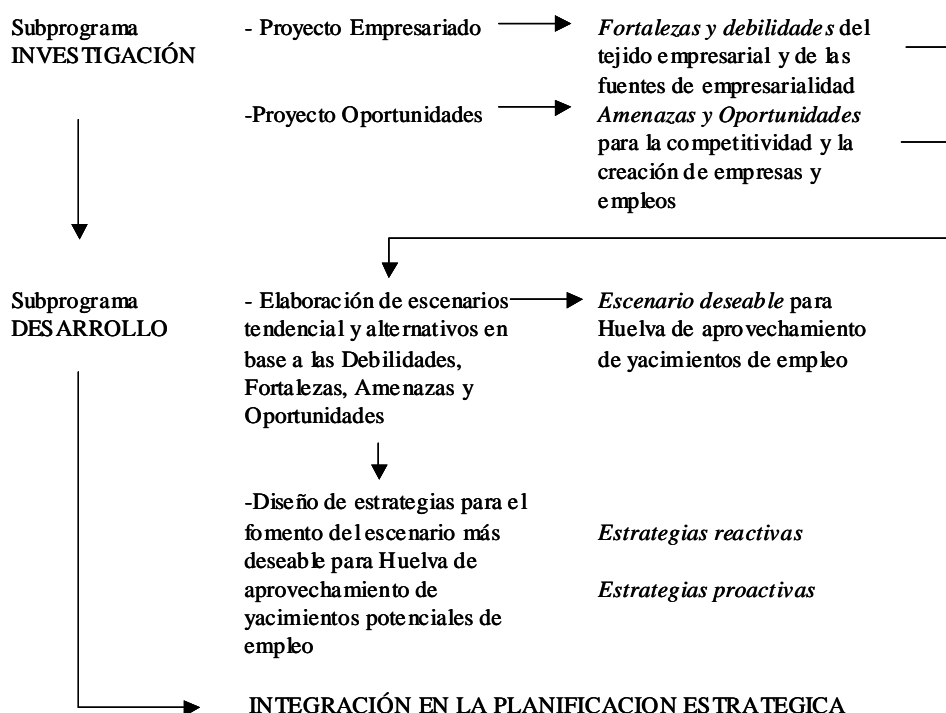
El Euro, la UEM, la PAC en el contexto de la Agenda 2006, junto con la ampliación a Europa del Este y la apertura comercial al resto del Mediterráneo y al resto del mundo constituyen retos insoslayables para los territorios de Europa. Andalucía y Huelva no son meras espectadoras de estos cambios; son responsables de los éxitos futuros de estas evoluciones institucionales, éxitos en términos de producción, de empleo, de bienestar social. El mundo moderno, con sus tecnologías de la información, de la comunicación y de los transportes es un sistema integrado en el que se exige conjunción del pensamiento global y de la acción local.

En este contexto geopolítico, Huelva afronta sus propios problemas derivados de su historia: una población de 450.000 habitantes (150.000 en el municipio onubense), de los que menos de un 25% están trabajando en el sector formal de la economía. Cada trabajador, en media, sustenta tres personas más. Las tasas de paro son elevadas, pero también son bajas las tasas de actividad. ¿Cuántos onubenses podrían estar trabajando en una verdadera situación de pleno empleo? ¡Quizás el doble de los que trabajan oficialmente en estos momentos!, contando a los parados, a los desanimados y a los que, con sano criterio, podrían considerar interesante tener una ocupación remunerada.

En el marco del Programa de I+D sobre los Nuevos Yacimientos de empleo, sobre el empresariado y las oportunidades de producción en la provincia y la ciudad de Huelva, y bajo el título general de *Yacimientos de Empleo*, la Universidad de Huelva, a través del Observatorio Local de Empleo y como agente dinamizador y encargado de llevar a cabo dicho Programa, pretende aportar a los agentes locales proyectos de futuro para el desarrollo de nuevas empresas y nuevas ocupaciones, en base a rigurosos estudios de las evoluciones del contexto exterior y de la realidad onubense, realizados con el apoyo de investigadores, expertos y consultores de reconocida experiencia en estos campos, en el ámbito de Andalucía, España, la UE y el resto del mundo.

El Programa *Yacimientos de empleo (YE)* se define como un programa de I+D económico y social, con dos Subprogramas, un Subprograma de Investigación y un Subprograma de Desarrollo.

PROGRAMA YACIMIENTOS DE EMPLEO





El Subprograma de Investigación YE tiene como objetivo el estudio del tejido empresarial y de los empresarios, así como la identificación de los factores de competitividad y de las oportunidades productivas, para poner en evidencia los mecanismos de creación de nuevas empresas y ocupaciones en Huelva.

El Subprograma de Desarrollo YE tiene como objetivo la identificación de actuaciones de los agentes económicos y sociales (administraciones públicas, organizaciones empresariales y sindicales, asociaciones de la sociedad civil, universidades, etc.) que posibiliten el desarrollo de las actividades identificadas en el Subprograma de Investigación YE; estas actuaciones deberán integrarse en una planificación estratégica de Huelva.

Cuando hablamos de yacimientos de empleo, normalmente nos referimos a nuevos servicios que demanda la sociedad, que no están cubiertos o los cubren los familiares más cercanos. Nos referimos a servicios de proximidad que, si bien tienen su importancia dentro de una sociedad eminentemente de servicios, no dejan de suponer una contribución marginal a las verdaderas posibilidades de empleo de una Ciudad como Huelva.

El problema consiste en la falta de conocimiento sobre las ventajas comparativas y oportunidades de negocio que tiene nuestro entorno aún incluso en el contexto nacional e internacional.

Un análisis riguroso aplicando las nuevas técnicas de estudio en esta materia se hace imprescindible si realmente queremos resolver nuestro problema de falta de crecimiento económico y, por tanto, de creación de empleo. Los *verdaderos yacimientos de empleo* no cabe duda están en las ventajas que por alguna razón (clima, situación geográfica, cultura, bajos salarios en términos comparativos, conocimientos, tecnología, cercanía a las materias primas o los mercados...) tenemos en relación con otras zonas nacionales o internacionales.

EL EMPRESARIO Y EL FUTURO: HUELVA 2025 es un documento que condensa resultados del subprograma de Investigación del PROGRAMA YACIMIENTOS DE EMPLEO. Este está estructurado en tres partes:

En la primera se analiza al empresario onubense, del que depende en gran medida el futuro del territorio. En la segunda se describen los retos y las oportunidades del entorno en el que evolucionan los empresarios onubenses. Y en la tercera se presenta sistemáticamente un ejercicio participativo de prospectiva sobre HUELVA 2025, en el que se ha aplicado una metodología novedosa, que ya ha sido contrastada en otras ciudades europeas, y que ha permitido identificar algunas líneas directrices para la estrategia de desarrollo onubense.

PARTE PRIMERA
EL EMPRESARIO ONUBENSE

1. INTRODUCCIÓN: LA IMPORTANCIA DE LA FUNCIÓN IMPULSORA

Como es sabido, el empresariado juega un papel de primera importancia en el crecimiento y el desarrollo económico. La innovación, la captación de oportunidades de negocio y la convivencia con la incertidumbre que depara el futuro, son, entre otras, funciones que en una economía de mercado asumen los empresarios y cuyo grado de desarrollo se encuentra estrechamente vinculado a las posibilidades de progreso económico y generación de empleo. Al margen de la aportación de capital (función “capitalista”) y de la propia gestión empresarial (función “gerencial”), esas funciones de naturaleza netamente cualitativa, se agrupan en lo que se denomina función empresarial “impulsora”. Precisamente por esa naturaleza cualitativa, la función impulsora ha sido poco estudiada por los economistas a lo largo de la historia del pensamiento económico, pero no por ello carece de importancia y de un fuerte poder de influencia en el proceso de desarrollo de las economías locales, regionales y nacionales.

Difícilmente puede concebirse la existencia de una economía próspera sin la participación de una amplia clase de empresarios que asuman y desarrollen las funciones anteriores. Así lo corroboran diferentes trabajos empíricos en los que se pone manifiesto cómo, entre las características que presentan las economías más desarrolladas frente a las de menor nivel de producción y renta, destaca la existencia de un tejido empresarial bien consolidado, formado por empresas que crecen, innovan, buscan incesantemente nuevas oportunidades económicas, introducen métodos de gestión eficaces, se expanden fuera de sus mercados más próximos y se articulan notablemente entre sí, formando entre ellas un entramado de redes de intercambio, que hace posible que los aumentos de la demanda en algún sector se expandan por una gran parte de tejido productivo, potenciando de ese modo las actividades productivas sobre las que se asienta la economía y, por tanto, la generación de riqueza y de empleo.

Las razones que explican por qué en unas sociedades es más frecuente que entre la población existan individuos dispuestos a asumir y desarrollar dichas funciones empresariales mientras que en otras, en cambio, se manifieste una clara falta de espíritu empresarial, están siendo en la actualidad objeto de análisis y debate entre investigadores de diferentes disciplinas, economistas, psicólogos y sociólogos, fundamentalmente. No obstante, parece existir bastante acuerdo sobre la idea de que dicho fenómeno viene condicionado por un conjunto de factores económicos, personales y sociales que inciden sobre la orientación de los individuos hacia la actividad empresarial y sobre el grado en que éstos se encuentran estimulados a desarrollar los comportamientos empresariales que derivan en la innovación, la asunción de incertidumbre, la perspicacia o captación de nuevas oportunidades económicas, el crecimiento de las empresas, etc.

Siguiendo esos enfoques, en este trabajo se procede en primer lugar a analizar las características personales, familiares, educativas y motivacionales que presentan los empresarios onubenses, así como otros factores del entorno social e institucional en el que éstos se desenvuelven, y que pueden ser relevantes para explicar el fenómeno empresarial en la provincia de Huelva. El objeto es determinar los principales rasgos que caracterizan al empresario, por lo que se pretende la elaboración de su perfil cualitativo, así como destacar la importancia que dichos rasgos y factores puedan representar para el desarrollo de las funciones empresariales que anteriormente se han citado. La exposición recoge también algunas sugerencias sobre el papel que pueden jugar los poderes públicos para la mejora de las condiciones que influyen sobre los comportamientos que desarrollan los empresarios.

En una segunda parte se presentan y analizan un conjunto de variables que pueden tomarse como indicativas del grado de dinamismo (innovación, expansión del negocio, modernización, asunción de riesgos, etc.) que presenta el empresario onubense, lo que se relacionará con los resultados del análisis anterior con el fin de ofrecer una visión integrada del fenómeno empresarial en la provincia, y que permita, a su vez, valorar desde una perspectiva más amplia los puntos débiles y fuertes que presenta.

Finalmente, en las conclusiones, se sintetizan los aspectos fundamentales del análisis y se apuntan algunas medidas que podrían tomarse con el objeto de superar los puntos débiles previamente detectados en el empresariado de la provincia.

Como se desprende de lo señalado en los párrafos anteriores, el enfoque que aquí se sigue se centra fundamentalmente en el individuo, el hombre-empresario, haciéndose abstracción de los factores económicos, que por ser los que tradicionalmente han constituido la base sobre la que se han desarrollado los análisis del tejido empresarial, son más conocidos. Se introduce, por tanto, una perspectiva que encaja con nuevos enfoques que, según se ha señalado con anterioridad, tienen su base en aportaciones de diferentes disciplinas y que, sin menospreciar las variables económicas, ponen un mayor énfasis en el individuo y en el contexto que lo rodea.

El análisis se apoya en la información que se ha extraído de una muestra aleatoria de empresarios de la provincia de Huelva, que se ajusta a las características que se detallan a continuación.

2. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

La población objetiva abarca a todos los empresarios de la provincia de Huelva con al menos un empleado en la nómina de sus empresas. Como marco (listado de elementos muestrales sobre el que se realizan las operaciones de muestreo), se ha tomado una base de datos de la Seguridad Social, sobre la que se han seleccionado de forma aleatoria un total de 374 empresas que se distribuyen en base a su tamaño y sector de actividad, según se refleja en la tabla n.º 1.

TABLA 1
EMPRESARIOS INVESTIGADOS SEGÚN TAMAÑO Y ACTIVIDAD DE SUS EMPRESAS

	Número de trabajadores				Total
	1-9	10-49	50-199	200 ó más	
Agricultura	3,2	1,1	0,3	—	4,6
Industria	9,6	3,5	0,5	—	13,6
Construcción	10,4	4,8	0,5	0,3	16,0
Servicios	54,6	9,9	1,3	—	65,8
Total	77,8	19,3	2,7	0,3	100,00

Fuente: Elaboración propia.

Como puede apreciarse la gran mayoría de los empresarios investigados se sitúa en el tramo de microempresas (1-9 trabajadores), lo que refleja sólo en cierta medida el peso que esas unidades productivas tienen en el conjunto de la economía onubense pues, según diversas estimaciones, la representación de éstas es superior al 77,8%. En base a los datos del Directorio Central de Empresas del INE, el porcentaje de microempresas es del 88,7%. Con ese sesgo se consigue que los empresarios de mayor dimensión tengan una representación un poco más acorde con su importancia económica para la provincia, pues las empresas de más de diez trabajadores presentan características muy diferentes a las de dimensión inferior, mostrando, en general, un mayor dinamismo y unos comportamientos empresariales más acentuados. Algo similar puede señalarse en relación con las ramas de servicios, cuyo peso ha sido levemente reducido a favor de la industria y la construcción.

El método que se ha utilizado para la recogida de la información ha sido la encuesta, y el instrumento de medición la entrevista personal, previa cita telefónica. Para el trabajo de campo se ha

contado con la colaboración de una psicóloga, que se ha responsabilizado de realizar la totalidad de las entrevistas a empresarios. Dicha tarea se desarrolló durante los meses de diciembre de 1999 a marzo de 2000. Los datos han sido procesados con ayuda del programa SPSS para Windows.

3. CARACTERÍSTICAS PERSONALES Y ENTORNO FAMILIAR

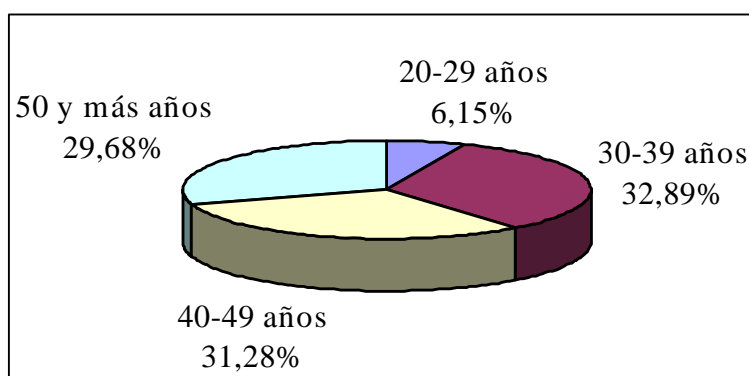
La importancia de los rasgos personales del empresario y de su entorno familiar radica en que constituyen un grupo de factores que se relacionan con el desarrollo de sus habilidades y actitudes empresariales. Entre esos factores se van a analizar aquí los siguientes:

- Edad.
- Sexo.
- Lugar de origen del empresario y de su familia.
- Nivel socioeconómico.
- Entorno familiar.

3.1. La edad

El análisis de los datos de la muestra en función de la edad (gráfico 1) indica claramente que un alto porcentaje de empresarios onubenses se concentran en torno a las edades comprendidas entre los 30 y 49 años, aproximadamente un 64%. Los menores de treinta años son los más escasos, pues a esas edades hay muchos jóvenes que aún están estudiado o todavía no han decidido como enfocar su carrera profesional. Por su parte, los empresarios de mayor edad superan el 29%.

GRÁFICO 1
DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE LA MUESTRA EN
INTERVALOS DE EDAD (En porcentajes N=374)



Fuente: Elaboración propia.

La distribución de edades en la muestra no difiere significativamente de la que, según otras investigaciones, se observa en diferentes ámbitos de la geografía española, aunque quizás pueda destacarse que en Huelva tienen una menor presencia los individuos de más corta edad y, complementariamente, una más leve representación los de más de cincuenta años. Pero no es este un hecho al que deba atribuirse gran importancia, ya que, como se ha señalado, dichas diferencias son reducidas e incluso pueden tener su origen en la selección de la muestra. Sólo en el caso de confirmarse en futuros sondeos debería ser considerado, pues de ser así podría estar reflejando que



la población más joven muestra una menor orientación hacia la actividad empresarial que en otras regiones, lo que sería conveniente analizar en profundidad, valorando sus consecuencias y los factores que pudieran promover ese comportamiento.

Al relacionar la edad del empresario con la dimensión de la empresa (tabla 2) se observa que el tamaño empresarial va aumentando con aquélla. Así, los empresarios menores de 29 años se concentran exclusivamente (100%) en las empresas de dimensiones más reducidas (1 a 9 trabajadores), mientras que entre los de edades superiores los porcentajes de participación en las empresas de mayor dimensión crecen con sus años de vida. Ese comportamiento refleja un aspecto positivo del empresariado onubense, pues pone de manifiesto que existe una preocupación por la expansión de la empresa que se va materializando a medida que pasa el tiempo.

TABLA 2
EDAD DEL EMPRESARIO ONUBENSE EN FUNCIÓN DEL TAMAÑO EMPRESARIAL

Edad	Dimensión de la empresa en función del nº de empleados							
	1-9		10-49		50-199		200-499	
	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%
20-29	7	100	0	0	0	0	0	0
30-49	114	77,55	29	19,73	4	2,72	0	0
50 y más	47	65,28	21	29,17	3	4,17	1	1,39
Total	168	74,34	50	22,12	7	3,10	1	1,39

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, cuando se cruza la edad con el sexo (tabla 3), se observa que en los estratos más altos la participación femenina desciende, lo que refleja que en los últimos años se ha producido una mayor incorporación de la mujer a la actividad empresarial. Sin embargo, los porcentajes más altos no se corresponden con las empresarias más jóvenes, sino con aquéllas que se sitúan en el intervalo de edad de entre 30 y 39 años. Este hecho refleja en parte que, como se ha puesto de manifiesto en diferentes investigaciones, las mujeres se inician en el trabajo empresarial a una edad superior que los hombres, después de un periodo de formación más largo o de haber desarrollado otras actividades. En cualquier caso, estos porcentajes indican algo positivo para la aparición de nuevos empresarios, como es que existe una “cantera” de futuras empresarias de la que están empezando a surgir un número progresivamente mayor de mujeres que afrontan los retos que supone iniciar y desarrollar una actividad empresarial.

TABLA 3
DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRESARIOS ONUBENSES POR SEXO Y EDAD

Sexo	Edad									
	20-29		30-39		40-49		50 y más		Total	
Hombre	19	82,6%	98	79,9%	99	84,6%	97	87,4%	313	83,7%
Mujer	4	17,4%	25	20,3%	18	15,4%	14	12,6%	61	16,3%
Total	23	100%	123	100%	117	100%	111	100%	374	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los datos de la tabla 4 corroboran la afirmación anterior al poner de manifiesto que en los últimos años ha crecido el porcentaje de nuevas empresas creadas por mujeres frente a las iniciadas por los individuos de sexo masculino.

TABLA 4
DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRESARIOS ONUBENSES POR SEXO Y AÑO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD

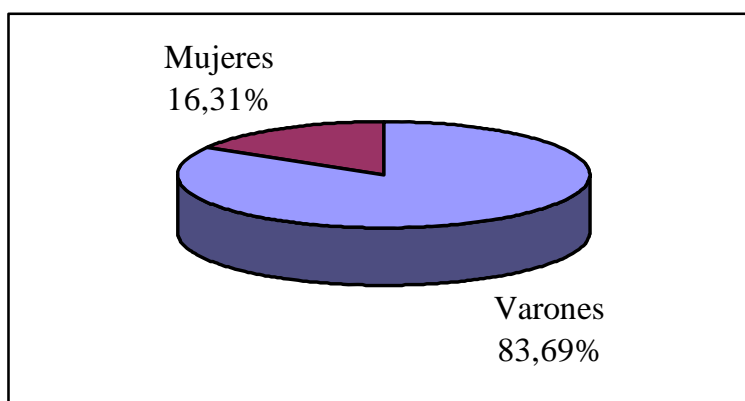
Sexo	Año de inicio de la actividad									
	1999-1995		1994-1992		1991-1986		1985 o antes		Total	
	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%
Hombre	60	77,9	50	76,9	96	89,7	106	85,5	313	83,7
Mujer	17	22,1	15	23,1	11	10,3	18	14,5	61	16,3
Total	77	100	65	100	107	100	124	100	373	100

Fuente: Elaboración propia.

3.2. El sexo

La distribución de los empresarios encuestados según su sexo (gráfico 2) muestra una abrumadora presencia de varones, lo que no difiere de los datos obtenidos en otros estudios que se han llevado a cabo en diferentes provincias de Andalucía Occidental o en el conjunto de España. Como puede observarse, el volumen de oferta empresarial femenina es casi una quinta parte de la masculina. Dicha distancia, que en países desarrollados como EEUU se está reduciendo de forma importante, en España se contrae de forma más lenta debido a la tardía incorporación de las mujeres al mercado de trabajo y a que dicha incorporación se ha realizado, hasta ahora, principalmente como asalariadas y no como empleadoras. Asimismo, la menor presencia de empresarias también se ha explicado en base al más bajo interés o atractivo que, en general, reviste esta actividad para la mujer, lo que tiene su manifestación en una menor predisposición hacia la actividad empresarial.

GRÁFICO 2
DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRESARIOS DE LA MUESTRA EN FUNCIÓN DEL SEXO (En porcentajes N=374)



Fuente: Elaboración propia.

3.3. Lugar de origen del empresario

Con el fin de ilustrar sobre el origen geográfico del empresario onubense se ha elaborado la tabla 5, donde puede apreciarse que la inmensa mayoría de dichos agentes (81,6%) son de la propia provincia, aunque un número considerable de ellos proceden del resto de Andalucía (12,3%), especialmente de Sevilla, Cádiz y Córdoba. El lugar de nacimiento de los padres es algo más variado pero sigue siendo fundamentalmente dentro de la misma provincia. Se puede afirmar, por tanto, que entre el empresariado de Huelva predomina el agente autóctono.

TABLA 5
LUGAR DE NACIMIENTO DE LOS EMPRESARIOS ONUBENSES Y DE SUS PADRES

	Huelva		Resto Andalucía		Fuera de Andalucía		No contesta		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Empresario	305	81,6%	46	12,3%	23	6,1%	—	—	374	100%
Padres	291	77,8%	46	12,3%	35	9,4%	2	0,5%	374	100%
Madres	279	74,6%	52	13,9%	39	10,4%	4	1,1%	374	100%

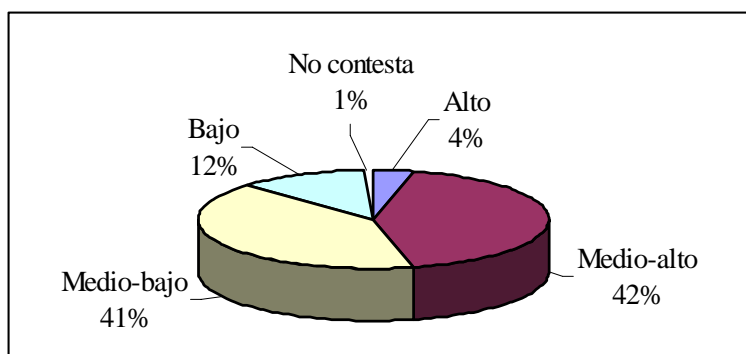
Fuente: Elaboración propia.

Ese hecho refleja que las normas, los valores y las actitudes que impulsan los comportamientos del empresariado onubense proceden de un patrimonio cultural común, lo que puede resultar muy significativo si se tiene en cuenta que, desde hace algunos años, se vienen desarrollando un conjunto de investigaciones en las que se destaca el importante papel que puede jugar la cultura local en el crecimiento económico y el impulso de la actividad empresarial. Desde esa perspectiva, se ha recomendado que las políticas de desarrollo local y de apoyo a las iniciativas empresariales se articulen sobre la base de una cultura compartida, identificando y potenciando aquellos factores del entorno cultural que, por su amplia aceptación entre la población, puedan constituir una fuente de estímulo para la puesta en marcha de proyectos empresariales y la generación de riqueza.

3.4. Nivel socioeconómico

Otro dato de interés en relación al origen del empresario lo constituye su nivel socioeconómico o el de su familia, si aún dependía de ella en el momento de iniciarse en la actividad, pues permite identificar los estratos sociales de los que procede el agente empresarial. Se ha señalado que el nivel de renta y/o riqueza personal puede influir en los comportamientos empresariales, ya que, según han revelado diferentes investigaciones, a medida que éste se incrementa, la aversión al riesgo disminuye y se reduce la dependencia de la financiación exterior, lo que se ha asociado positivamente con la emergencia empresarial.

GRÁFICO 3
NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LOS EMPRESARIOS O DE SUS FAMILIAS EN EL MOMENTO DE INICIARSE COMO EMPRESARIO (En porcentajes sobre N=374)



Fuente: Elaboración propia.

Los datos obtenidos no permiten afirmar que en la provincia de Huelva un mayor "nivel socioeconómico" se corresponda con una mayor emergencia empresarial, pues como puede apreciarse en el gráfico 3 los elementos muestrales se concentran en los grupos de nivel socioeconómico medio (83,42%), ya sean del estrato alto o del bajo, con pesos relativos similares en ambos casos. La reducida orientación hacia la actividad empresarial de los individuos procedentes de familias con un nivel socioeconómico alto parece poner de manifiesto su mayor preferencia por el desarrollo de otras actividades laborales. Ese comportamiento se ha asociado a veces con el grado de legitimación so-

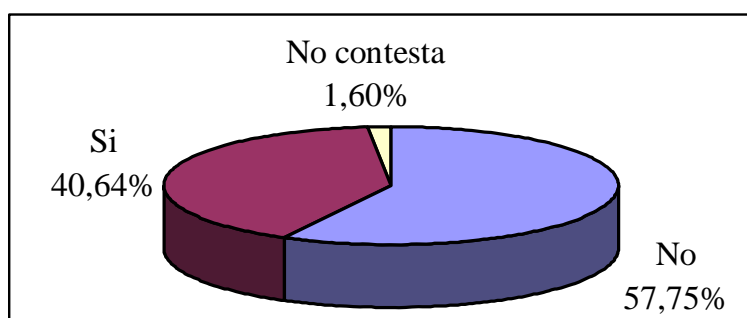
cial de que gozan los empresarios frente a otros profesionales, de forma que cuando la actividad empresarial tiene poco reconocimiento social los individuos de mayor nivel socioeconómico, que generalmente tienen mayores posibilidades para elegir su profesión, se orientan preferentemente hacia otras actividades que gozan de un mayor prestigio.

3.5. Entorno familiar

La incidencia de la familia sobre las preferencias y motivaciones del individuo ha sido demostrada empíricamente en numerosas investigaciones. Se ha señalado que los padres ejercen una fuerte influencia sobre sus vástagos, para los cuales son un modelo básico desde la infancia, en la elección de su carrera profesional. Así se explica la mayor predisposición hacia las actividades productivas que con frecuencia se ha observado entre los hijos de empresarios. Pero el papel de la familia hay que valorarlo también por su apoyo material; ya que en muchos casos aporta una importante ayuda en forma de recursos económicos, mano de obra o relaciones personales para la puesta en marcha y posterior funcionamiento de las empresas que inician algunos de sus miembros.

Los datos de la muestra reflejan que existe un porcentaje notable de individuos que descienden de padres que tienen o tenían por profesión la actividad empresarial (gráfico 4); lo que revela, como era previsible, que la familia ejerce una notable influencia positiva en la aparición de nuevos empresarios en la provincia de Huelva.

GRÁFICO 4
EMPRESARIOS CON PADRES CON
TRADICIÓN EMPRESARIAL (En porcentajes sobre N=374)



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al apoyo material que presta la familia al empresario, los datos de la muestra permiten apreciar que en el 44% de los casos representó una ayuda en forma trabajo. Asimismo, ha constituido una fuente de financiación casi tan relevante como las entidades bancarias, pues el 32% de los encuestados contaron con ayuda financiera de sus parientes más próximos. Además hay que destacar que un 28% de los empresarios continuaron un negocio familiar que ya estaba en marcha.

Los datos anteriores no difieren significativamente de los que se han obtenido en otras investigaciones que se han desarrollado en la comunidad andaluza. Pero hay que tener en cuenta que los lazos familiares, aunque pueden representar un importante apoyo para la puesta en marcha de nuevos negocios, pueden condicionar las posibilidades futuras de crecimiento de las empresas cuando encierran una alta dosis de desconfianza hacia las personas que se encuentra fuera del entorno en el que se desenvuelven las relaciones de la familia, lo que impide o frena la puesta en marcha de proyectos que, por su mayor dimensión o complejidad, requieren la participación de otros socios y/o la delegación de funciones en profesionales ajenos al núcleo familiar. Ese "síndrome de amorlismo familiar", como lo denominan los sociólogos, parece subsistir aún en Andalucía, incluso entre personas de elevado nivel, a pesar de la considerable modernización que se ha producido en las últimas décadas¹. El fomento del asociacionismo entre empresarios, la mejora de los

¹ Cazorla Pérez, J.(1990): Sobre los Andaluces. Ed. Librería Agora, Málaga, pág. 83.

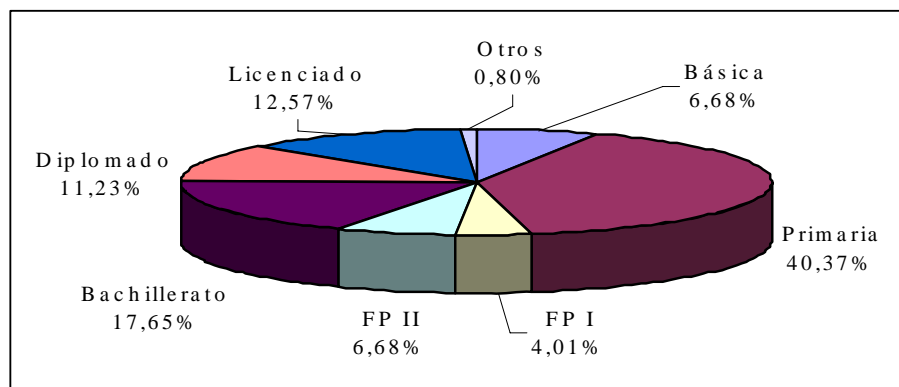
servicios de asesoramiento e información a empresas y la formación son medidas que pueden contribuir a mitigar dicho “síndrome”.

4. FORMACIÓN

Como es sabido, la educación promueve el desarrollo económico al incrementar la capacitación de los individuos para tomar decisiones, hacerlos más favorables al cambio y la modernización y proporcionarles los conocimientos, habilidades y destrezas que les posibilitan llevar a cabo nuevos proyectos, innovar y organizar la gestión de los recursos de un modo más eficiente y eficaz. El contexto en que se desenvuelve la economía en la actualidad, caracterizado, entre otros factores, por un elevado ritmo de innovaciones, por una importancia creciente de la calidad de los bienes y servicios, por la incesante incorporación de nuevas tecnologías, por la continua mejora de los métodos de gestión y por un grado de internacionalización sin parangón en la historia de la humanidad, ha hecho que el nivel de formación que necesitan los empresarios para afrontar con éxito los retos que se les presentan haya crecido considerablemente.

El análisis sobre el empresario onubense permite apreciar la existencia de algunos puntos débiles en lo que a formación se refiere (gráfico 5). Se manifiesta una elevada presencia de individuos que crearon su primera empresa con un nivel educativo básico o de primaria (47,05%). Asimismo, es destacable la escasa representación de los que cursaron Formación Profesional (10,6%), dada la estrecha correspondencia que algunas de las ramas que se imparten en este tipo de educación mantienen con determinadas actividades empresariales y, como aspecto positivo, el porcentaje de universitarios (23,8%), que ha venido creciendo en las últimas décadas. No obstante, no se puede afirmar que esas observaciones reflejen la existencia una característica particular del empresariado onubense. Los datos anteriores se reproducen en gran medida en el conjunto de la comunidad autónoma y de la economía española, donde los empresarios se han caracterizado tradicionalmente por mostrar un bajo nivel de formación.

GRÁFICO 5
NIVEL DE FORMACIÓN DE LOS EMPRESARIOS ANDALUCES
CUANDO INICIARON SU PRIMER NEGOCIO (En porcentajes sobre N=374)



Fuente: Elaboración propia.

En cualquier caso, esas similitudes no deben conducir a la complacencia. Como se ha señalado la formación constituye hoy día uno de los pilares sobre los que se apoya el crecimiento económico y el desarrollo de las empresas. El papel del sistema educativo constituye así un elemento de primer orden para lograr que la formación responda a las necesidades que se manifiestan en economía real. Es un reto que corresponde afrontar, en gran medida, a las administraciones centrales y

autónomas. No obstante, los poderes locales también pueden contribuir a acortar esas distancias. En los últimos años se han desarrollado programas de formación para empresarios que han introducido una novedosa metodología con el objeto de fomentar las capacidades empresariales de la población a la que van dirigidos. Dichos programas se articulan en base a dos metas principales: conseguir que los alumnos adquieran los conocimientos formales que se necesitan para gestionar una empresa y, a la vez, desarrollar en ellos actitudes y capacidades que se identifican con comportamientos empresariales positivos, es decir, la tolerancia al riesgo y la convivencia con la incertidumbre, el espíritu innovador, la perspicacia o capacidad para captar oportunidades de negocio, etc. De esa forma se estimula a los individuos hacia la creación de empresas propias y se les capacita para afrontar las difíciles situaciones que con frecuencia se dan en el mundo empresarial. Como se ha señalado, dichos programas utilizan una metodología muy diferente de la tradicional, que trata de evitar las clases magistrales del profesor para dar protagonismo al alumno en el proceso de aprendizaje y acercarlo a las condiciones que se dan en el mundo real. Desgraciadamente en España ese tipo de educación tiene una escasa presencia aún; pero, en nuestra opinión, podrían obtenerse resultados satisfactorios de los esfuerzos encaminados a lograr que en los numerosos cursos de formación empresarial que se imparten por iniciativa de diferentes administraciones públicas se fuesen sustituyendo los tradicionales métodos de enseñanza por otros que contemplen ese nuevo enfoque.

Por otro lado, cuando se cruza el grado de formación del empresario con su nivel socioeconómico en el momento de poner en marcha el negocio (tabla 6), se aprecia que existe una correlación positiva entre ambas variables, es decir, que en la medida que el individuo procede de un estrato social superior es más probable que muestre mayores niveles de formación. Los resultados que se obtienen al aplicar el test estadístico de la Chi-cuadrado de Pearson y de la Razón de Verosimilitud (tabla 7), sirven para confirmar esa afirmación. Este fenómeno, que también es común en el conjunto de Andalucía, pone de manifiesto que el origen socioeconómico ha determinado, en gran medida, la formación de los empresarios.

TABLA 6
NIVEL DE FORMACIÓN DE LOS EMPRESARIOS ONUBENSES
EN FUNCIÓN DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO

Nivel de formación	Nivel socioeconómico				Total	
	Alto y medio alto		Bajo y medio bajo			
		%		%		%
Básica-primaria	42	21,1	134	68,0	176	47,4
Formación Profesional	21	12,1	19	9,7	40	10,7
Bachillerato	41	23,6	23	11,7	64	17,3
Estudios Universitarios	68	39,1	20	10,2	88	23,7
Otros	2	1,1	1	0,5	3	0,8
Total	174	100	197	100	371	100

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 7
PRUEBA DE INDEPENDENCIA ENTRE EL NIVEL SOCIOECONÓMICO Y EL GRADO DE
FORMACIÓN DEL EMPRESARIO ONUBENSE AL INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

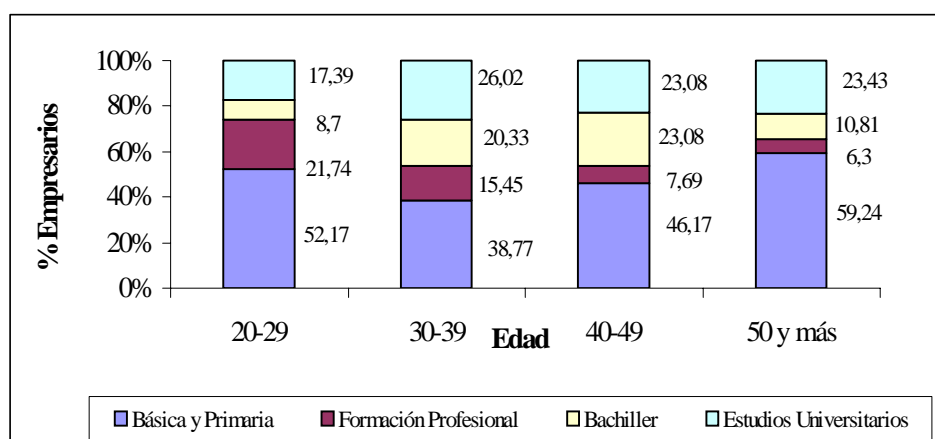
Pruebas de Chi-cuadrado	Valor	gl	Sig. Asint. (bilateral)
Chi cuadrado de Pearson	78,652	5	0
Razón de verosimilitud	82,379	5	0
Número de casos válidos	371	—	—

Fuente: Elaboración propia.

De lo señalado en el párrafo anterior se desprende que, entre los obstáculos que, generalmente, se le presentan a los individuos procedentes de estratos sociales más bajos para la puesta en marcha de negocios propios, hay que considerar su bajo nivel formativo, lo que resulta especialmente significativo si se tiene en cuenta que éstos representan un 53% del empresariado onubense (nivel bajo más medio bajo), como se observó en el gráfico 3. Por tanto, el diseño de cursos formativos orientados a mitigar las carencias de ese estrato de la población que, según lo señalado parece constituir una importante “cantera” de empresarios, puede ser una medida apropiada para favorecer en esos grupos la emergencia de un empresariado de mayor calidad.

Cuando se cruza el nivel de formación del empresariado con su edad, se observa que la mayor presencia de licenciados se da en los encuestados de edades comprendidas entre los 30 y 39 años. Asimismo, se aprecia que los mayores porcentajes de individuos con niveles de formación básica se identifican con los de más edad y que la formación profesional tienen un peso notablemente superior en los tramos de empresarios más jóvenes que en el resto (gráfico 6). Quizás llame la atención el escaso número de agentes empresariales con educación superior entre los menores de 30 años que, por otra parte, son los menos numerosos de la muestra, pero hay que considerar que a esas edades muchos jóvenes aún están estudiando o todavía no han decidido como enfocar su carrera profesional y, que de cualquier forma, lo más común es que el empresario surja tras algunos años de experiencia laboral en una empresa ajena.

GRÁFICO 6
NIVEL DE FORMACIÓN DEL EMPRESARIO EN FUNCIÓN DE LA EDAD



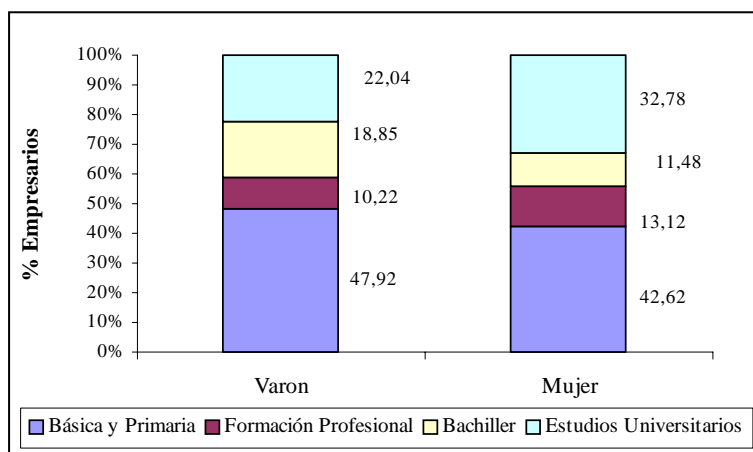
Fuente: Elaboración propia.

Esos datos reflejan que entre el empresariado onubense se está produciendo una notable mejora de su nivel de formación, siendo ésta especialmente notoria en el tramo de edad 30-39, pues en éste se sitúan una buena parte de los individuos que han iniciado su actividad empresarial tras un largo periodo de formación y algunas experiencias laborales por cuenta ajena, como se verá más adelante. Este hecho representa un aspecto muy positivo por las razones ya expuestas con anterioridad. Seguir progresando en esa línea es un camino que, sin duda, conducirá a mejorar notablemente el tejido empresarial.

Por otra parte, el cruce de los niveles educativos y de sexo de los empresarios (gráfico 7) revela que la formación es superior entre las mujeres, lo que coincide con los resultados de otras investigaciones realizadas para el conjunto de la sociedad española, donde se ha puesto de manifiesto que las féminas que deciden dedicarse al trabajo empresarial lo hacen con un mayor nivel de formación que los varones, debido a que para ellas la educación representa un medio de liberalización social, una forma de enfrentarse a las presiones del grupo familia y un modo de competir con más garantías de éxito en un entorno en el que, debido a su escasa y tardía incorporación, no tienen excesiva experiencia, pues tradicionalmente esas actividades las han venido desempeñando los hombres. A ello habría que añadir lo que podríamos denominar “exigencia complementaria” de la sociedad respecto al trabajo profesionalizado de las mujeres en España.

GRÁFICO 7

NIVEL DE FORMACIÓN DEL EMPRESARIO EN FUNCIÓN DEL SEXO



Fuente: Elaboración propia.

5. EXPERIENCIA LABORAL EN EMPRESAS AJENAS

La experiencia laboral lleva asociada un tipo de formación que se deriva del aprendizaje que realiza el individuo en el entorno empresarial cuando desempeña un puesto de trabajo en una unidad productiva. Dicho entorno viene delimitado por el conjunto de relaciones que se dan respecto a clientes, proveedores, bancos, trabajadores, etc. Se trata, por tanto, de un aprendizaje que se realiza en la interacción con los demás, de los que se aprenden no sólo conocimientos formales, sino también actitudes y comportamientos, que pueden constituir un valioso activo a la hora de lanzarse a poner en marcha un negocio propio.

TABLA 8

EXPERIENCIA LABORAL PREVIA DE LOS EMPRESARIOS ONUBENSES

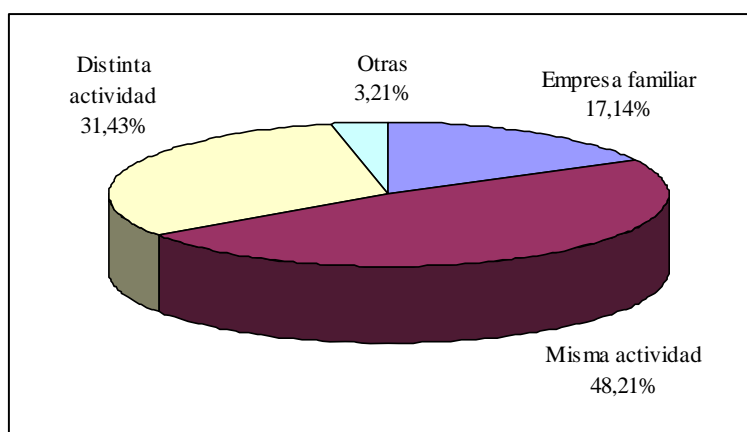
N.º de años de experiencia	N.º de empresarios	%
Sin experiencia	93	24,87
Hasta 5 años	107	28,61
Desde 5 hasta 9 años	65	17,38
Desde 10 hasta 14 años	40	10,70
15 años y más	68	18,18
NS/NC	1	0,27
Total	374	100

Fuente: Elaboración propia.

Los datos de la muestra revelan que del total de empresarios onubenses, las tres cuartas partes habían desarrollado algún tipo de experiencia laboral antes de crear su empresa y que, aproximadamente, un 46% lo habían hecho durante un periodo de tiempo superior a los cinco años (tabla 8). El gráfico 8 muestra las actividades en que los empresarios habían desarrollado dichas experiencias laborales. Como puede apreciarse, casi la mitad lo hizo en la misma en la que constituyó su primer negocio. Y es que el conocimiento de la actividad empresarial permite reducir la incertidumbre sobre el futuro de la empresa a crear, mejora la visión sobre las oportunidades económicas existentes y contribuye a facili-

tar la puesta en funcionamiento de la unidad productiva, al ser muy probable que ya existan contactos con proveedores, acreedores, clientes, entidades financieras, etc.. El conocimiento del sector constituye, por consiguiente, una importante fuente de la empresariedad en la provincia de Huelva.

GRÁFICO 8
TIPO DE EXPERIENCIA LABORAL PREVIA DEL EMPRESARIO ONUBENSE



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se analiza la experiencia laboral previa según la edad del empresario (tabla 9) no se aprecian variaciones significativas, salvo para los individuos más jóvenes, los menores de 30 años, de los que solamente un tercio habían desarrollado alguna labor profesional en empresas no familiares con anterioridad a su inicio como empresarios. Esos datos parecen sugerir que las nuevas generaciones de empresarios onubenses se apoyan también otros factores, como puede ser la formación, para dar el salto a trabajar por cuenta propia.

TABLA 9
EXPERIENCIA LABORAL PREVIA DE LOS EMPRESARIOS ONUBENSES EN FUNCIÓN DE LA EDAD

Edad	Familiar		Hasta 4 años		De 5 a 9 años		De 10 a 14 años		15 y más	
	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%	N.º Empres.	%
20-29	5	10,42	4	6,67	3	4,69	1	2,5	0	0
30-39	14	29,17	34	56,67	23	35,94	14	35	5	7,35
40-49	15	31,25	12	20	24	37,50	13	32,5	26	38,24
50 y más	14	29,17	10	16,67	14	21,88	12	30	37	54,41
Total	48	100	60	100	64	100	40	100	68	100

Fuente: Elaboración propia.

6. FACTORES DEL CONTEXTO SOCIAL

En numerosas investigaciones se ha puesto de manifiesto que el contexto social en el que se desenvuelve el empresario ejerce una apreciable influencia sobre ciertos comportamientos empresariales, que están estrechamente relacionados con la asunción de incertidumbre, la innovación, la iniciativa o la perseverancia en el trabajo, el afán de crecimiento, etc. Entre los factores que

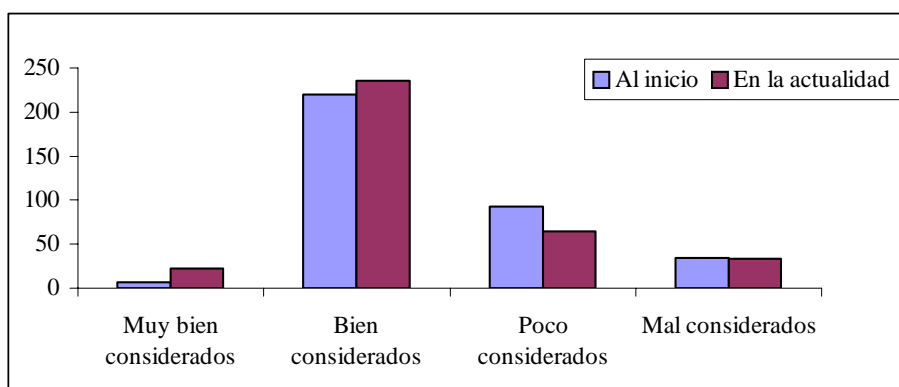
se han mostrado significativamente asociados a dichos comportamientos se van a analizar, por su especial relevancia, la consideración social del empresario y las redes de contacto.

6.1. La consideración social del empresario

El grado de consideración que el empresario merece a una sociedad viene condicionado por el conjunto de creencias culturales e ideológicas que dominen en la población. Está bastante asumido que cuando la legitimación social es alta, los individuos sienten un mayor estímulo hacia el desarrollo de actividades empresariales y de las funciones que se identifican con el empresariado (innovación, asunción de incertidumbre, búsqueda de oportunidades económicas, etc.), las cuales, por su propia naturaleza, constituyen una pieza fundamental para el crecimiento económico.

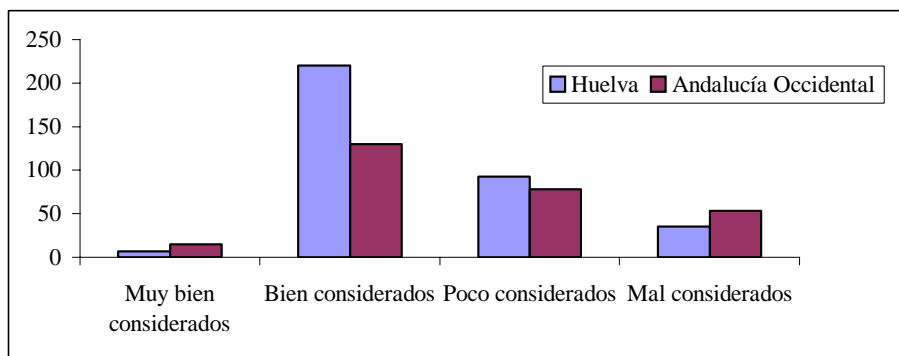
En el gráfico 9 se refleja la percepción que tenían los empresarios encuestados sobre la consideración social que merecía la actividad empresarial en el momento en que iniciaron sus negocios y en la actualidad. La opinión mayoritaria, como puede comprobarse, es que estaban bien considerados cuando emergieron como tales (62%). No obstante, aproximadamente un tercio se sentía poco o mal valorado socialmente en dicho momento. Esos resultados contrastan con los que se desprenden de otras investigaciones de mayor ámbito geográfico dentro de la región (gráfico 10), lo que puede estar representando un aspecto diferencial, muy positivo, de la provincia onubense para el estimular la aparición de empresarios y para el desarrollo de las funciones que se identifican con éstos.

GRÁFICO 9
CONSIDERACIÓN SOCIAL DEL EMPRESARIO ONUBENSE EN EL MOMENTO DE INICIARSE EN LA ACTIVIDAD Y EN LA ACTUALIDAD



Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 10
CONSIDERACIÓN SOCIAL DEL EMPRESARIO ONUBENSE EN EL MOMENTO DE INICIARSE EN LA ACTIVIDAD. COMPARACIÓN CON ANDALUCÍA OCCIDENTAL



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 9 se aprecia también que en la actualidad ha mejorado la percepción de los agentes encuestados sobre el grado en que se valora su actividad respecto al momento en que pusieron en marcha su empresa, lo que parece reflejar que se trata de un factor que ha evolucionado positivamente en las últimas décadas. Así parece desprenderse también de los datos que contiene la tabla 10, donde se pone de manifiesto que los más jóvenes no eligen categorías extremas; ninguno estima que la actividad empresarial esté muy bien o mal considerada. En su mayor parte percibían que eran bien valorados socialmente en el momento de crear su empresa. En cambio, a medida que aumenta la edad empeora esa percepción.

TABLA 10
CONSIDERACIÓN SOCIAL PERCIBIDA POR EMPRESARIO
EN FUNCIÓN DE LA EDAD (En porcentajes sobre N=374)

	Muy bien considerados	Bien considerados	Poco considerados	Mal considerados	No responden
20-29	0	69,6	26,1	0	4,3
30-39	1,6	65	21,1	10,6	1,6
40-49	0,9	56,4	29,1	8,5	5,1
50 y más	3,6	52,3	24,3	10,8	9,0
Total	1,9	58,8	24,9	9,4	5,1

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, cuando se cruza la consideración social percibida con el sexo de los encuestados, se pone de manifiesto que las mujeres tienen una percepción más positiva de la valoración que realiza la sociedad sobre la actividad empresarial. Un 68,9% del total de individuos de sexo femenino respondió que, cuando decidieron poner en marcha su negocio, sentían que los empresarios estaban bien considerados socialmente, frente a un 59,1% de varones que eligieron las alternativas “muy bien” o “bien considerados”.

En conclusión, aunque la consideración social del empresario en la provincia de Huelva parece alcanzar un nivel bastante aceptable, según se desprende de la percepción que manifiestan los propios protagonistas, hay que tener presente que constituye un factor de motivación muy importante para la emergencia empresarial y para el desarrollo de los comportamientos que caracterizan a los empresarios de “calidad”. Por lo que todo lo que se haga para incrementarla puede ayudar a estimular la aparición de nuevos agentes y a la mejora del tejido empresarial. En ese sentido, son de gran utilidad las declaraciones de líderes, o personas que generen una alta simpatía entre grandes segmentos de la población, destacando los beneficios que el empresariado proporciona a la sociedad, como creación de riqueza, modernización, empleo, mayor oferta de bienes y servicios, etc., y los atractivos que encierra dicha profesión: libertad, autonomía, prestigio, superación, mejora del nivel de renta, etc.

6.2. Redes de contacto

En el mundo empresarial, las redes de contacto hacen referencia al conjunto de relaciones a las que el empresario puede acceder para el desarrollo de su unidad productiva. Con frecuencia, los trabajos que han analizado el fenómeno de las redes, que han sido muy numerosos en los últimos años, han destacado la necesidad de que el individuo con potencial empresarial tenga acceso a un sistema de apoyos y contactos, que lo conecten con una estructura más ancha en el mundo de los negocios y del trabajo, para que pueda emerger como empresario. Dichas redes pueden ser de muy diferente tipo: familiares, personales, comerciales, profesionales, financieras, etc.

Para valorar la importancia de las redes entre el empresariado onubense se les pidió a los encuestados que señalaran, con un máximo de tres, los tipos de relaciones o de apoyos con los que contaron en el momento de poner en marcha su primer negocio (tabla 11).

TABLA 11

REDES DE CONTACTO Y APOYOS EN EL MOMENTO DE INICIAR LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Tipo de Red	N.º de Empresarios	%
No recibe ayuda o consejo de terceras personas	160	42,78
Recibe ayuda o consejo de terceras personas	156	41,71
Relaciones con posibles proveedores	243	64,97
Contactos con proveedores industriales	113	30,21
Relaciones con posibles clientes	252	67,38
Conocido por entidades bancarias	147	39,30
Ayuda familia en el desarrollo del trabajo	165	44,12
Ayuda financiera familiar	120	32,09
Asesoramiento profesional	35	9,36
Continuó un negocio familiar	82	32,54
Compró empresas en funcionamiento	24	6,42
Asociado con otras personas	131	35,03
Contrató una franquicia	5	1,98

Fuente: Elaboración propia.

Como puede apreciarse, entre los tipos de redes más frecuentes se encuentran las relaciones con clientes, proveedores y entidades financieras. Aproximadamente dos tercios de los empresarios encuestados ya conocían a clientes o proveedores en ese momento y más de un tercio mantenía buenos contactos con entidades financieras. Además, un 32,54% continuó un negocio familiar, lo que significa que para éstos las redes estaban totalmente constituidas. Asimismo se aprecia la gran importancia que tiene la familia, que presta apoyo económico y mano de obra, para el surgimiento de los empresarios onubenses, como ya se puso de manifiesto con anterioridad.

Esos datos reflejan que efectivamente las redes han jugado un papel de primera importancia para el nacimiento de la función empresarial en Huelva. Por otro lado, este hecho se encuentra estrechamente asociado a la experiencia laboral previa de los agentes empresariales, pues en caso contrario resultaría muy difícil comprender esa frecuente existencia de relaciones con clientes, proveedores y entidades financieras antes de poner en marcha el negocio. Como ya se señaló con anterioridad, la mayor parte de los empresarios que han surgido en Huelva se caracterizan por haber desarrollado actividades laborales en empresas ajenas antes de crear la propia.

7. OTROS FACTORES

Se van a señalar en este apartado algunos factores que, según han manifestado los empresarios encuestados, constituyen un obstáculo para el desarrollo de las actividades empresariales. Los datos que se reflejan en la tabla 12 representan la valoración que los empresarios han realizado de un conjunto de circunstancias sobre las que se les propuso que puntuaran de cero a diez, según el grado de dificultad que éstas representaron para ellos en el momento de poner en marcha sus empresas.

Como puede apreciarse, en primer lugar aparecen las cargas fiscales, lo que por otra parte suele ser muy común cuando se realizan este tipo de sondeos. Asimismo, los empresarios encuestados parecen reclamar un mayor apoyo por parte de las Administraciones Públicas y una simplificación de los trámites burocráticos. Con los datos disponibles resulta difícil valorar cual es la



dimensión real de esos obstáculos. En cualquier caso dichos resultados quizás puedan ser indicativos de que es necesario esforzarse en acercar la Administración a los agentes empresariales con el objetivo de conocer más de cerca sus problemas y dificultades. Las acciones encaminadas a revisar y mejorar el funcionamiento de los canales de comunicación con ese colectivo, quizás puedan constituir una medida apropiada de cara a incrementar los flujos de información entre las administraciones y este peculiar grupo de administrados.

TABLA 12
VALORACIÓN DE LOS PRINCIPALES OBSTÁCULOS AL INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Tipos de obstáculos	Para su empresa			
	No Contesta	0 a 3	4 a 6	7 a 10
Problemas burocráticos	2	27	130	215
Excesivas cargas fiscales	2	10	74	288
Falta de apoyo de las AAPP	3	89	49	233
Falta de infraestructuras	4	97	140	133
Falta de personal cualificado	4	171	87	112
Dificultades al crédito bancario	3	69	118	181
Excesiva competencia	3	75	131	165
Malas perspectivas de mercado	3	95	148	128
Otras	369	3	0	2

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, otro de los obstáculos que recibe mayor puntuación es la dificultad para acceder al crédito bancario. Teniendo en cuenta que esos datos se corresponden con el momento en que surgieron los empresarios encuestados, es muy probable que esa situación haya variado considerablemente tras la bajada que han experimentado los tipos de interés en los últimos años. Asimismo, hay que considerar el incremento que han tenido los programas de ayuda a la financiación de las empresas, lo que posiblemente haya atenuado esa dificultad. En cualquier caso, dada la importancia que tiene el crédito para la creación y crecimiento de las empresas, quizás sería oportuno estudiar en profundidad el grado en que dicho obstáculo constituye un freno para la actividad empresarial en la actualidad.

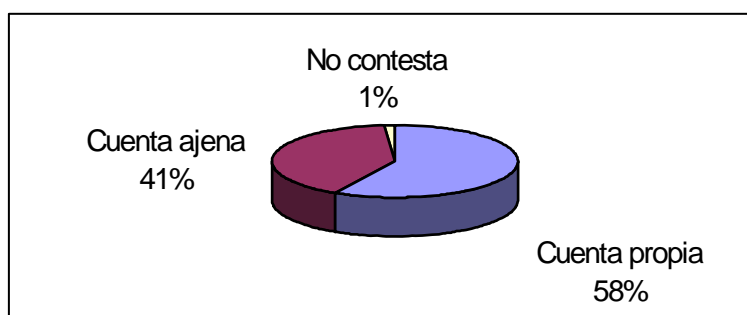
8. LA MOTIVACIÓN

El deseo o la necesidad de independencia es una de las características que con más frecuencia se presentan entre los empresarios. Dicho rasgo, que está estrechamente relacionado con las motivaciones que impulsan a los individuos a desarrollar actividades empresariales, estimula la aparición de empresarios y el desarrollo de las principales funciones que éstos asumen; las cuales, por su propia naturaleza, son fundamentales para el desarrollo económico. Los trabajos empíricos que se han desarrollado sobre este particular han puesto de manifiesto que cuando el empresario no se caracteriza por desear trabajar por cuenta propia, es menos probable que busque el crecimiento de su empresa, sea diligente en la introducción de innovaciones, se preocupe por la búsqueda de nuevas oportunidades económicas, etc. Por tanto, dicho deseo de trabajar por cuenta propia, es una condición necesaria, aunque no suficiente, para que surjan “empresarios de calidad”, es decir, agentes en los que alcancen un alto desarrollo las funciones anteriores.

Para medir el grado de presencia de dicha cualidad entre los individuos que integran la muestra se les pidió que expresaran si, manteniendo un nivel similar de renta al que obtienen con su

empresa, preferirían un trabajo estable por cuenta ajena. Como puede apreciarse la mayoría de los empresarios de Huelva, casi un 60%, se caracterizan por preferir el trabajo por cuenta propia, lo que representa que en ese grupo se da una condición necesaria, aunque no suficiente como se ha señalado, para que desarrolle comportamientos que se asocian positivamente con la “calidad” de los agentes empresariales. No obstante, se aprecia también que existe un porcentaje nada despreciable de empresarios que prefiere el trabajo por cuenta ajena. La mayor parte de éstos, se encuentran al frente de un negocio porque se han visto obligados por las circunstancias en que se desenvuelven y no por haber experimentado alguna de las motivaciones que, como se ve más adelante, se identifican en los empresarios de “calidad”; entre otras: la vocación, el desarrollo profesional, la realización personal, etc.

GRÁFICO 11
PREFERENCIA DE LOS EMPRESARIOS ONUBENSES POR EL TRABAJO
POR CUENTA PROPIA O AJENA (en porcentaje sobre N=374)



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se analiza esta cualidad desde la perspectiva del sexo y la edad, se aprecia que, aunque más del 50% de las mujeres prefieren trabajar por cuenta propia, entre el empresariado masculino dicho porcentaje es algo superior. No obstante, como se desprende de lo señalado en el apartado en el que se analizó a los empresarios según su sexo, dicha circunstancia, que ayuda a explicar la menor orientación de las mujeres hacia la actividad empresarial, está cambiando en los últimos años.

Los datos relativos a la edad reflejan que el intervalo 30-40 años es el que más peso tiene entre los empresarios que prefieren trabajar por cuenta propia. Ese grupo representa en gran medida a individuos que se han incorporado a la actividad empresarial en los últimos años, tras un largo periodo de formación y de otras experiencias laborales, lo que pone de manifiesto que además de poseer un grado de capacitación profesional mayor, se caracteriza por mostrar una presencia más acusada de un rasgo que se considera esencial para que mejore el tejido empresarial. Ese hecho da fuerza a algunas de las observaciones realizadas con anterioridad, al señalar que se ha venido produciendo una mejora de las condiciones que favorecen la aparición de empresarios y el desarrollo de sus principales funciones.

Antes de concretar algo más sobre las razones que impulsan a los individuos a crear y desarrollar actividades empresariales, ha de señalarse que entre las motivaciones que los investigadores han encontrado asociadas a los empresarios, se está tendiendo a diferenciar dos grupos: las intrínsecas y las extrínsecas. Las primeras se caracterizan porque tienen su origen en la esfera interna del individuo, estando estrechamente relacionadas aspectos muy íntimos de su personalidad. Entre ellas se citan la vocación, el desarrollo profesional, la realización personal, la satisfacción con uno mismo, etc. Las extrínsecas, en cambio, tienen su origen en aspectos más materiales y externos, como el deseo de enriquecerse o la necesidad de encontrar un medio con el que ganarse la vida. La razón de ser esa distinción responde a que se ha podido demostrar empíricamente que los empresarios con motivaciones de tipo intrínseco tienden a desarrollar mejor las funciones que se consideran esenciales en su actividad. Por ello, a igualdad de otros factores, cuanto mayor sea el peso de los individuos con ese tipo de motivaciones en una economía, más probable será que el tejido empresarial cuente con un elevado porcentaje de unidades productivas que innovan, que amplían el negocio, que asumen nuevos riesgos, etc.; y, por tanto, mayores posibilidades existirán para el crecimiento económico y la generación de empleo.

El principal motivo que ha impulsado a los empresarios onubenses hacia la actividad empresarial ha sido “la necesidad de encontrar un medio con el que ganarse la vida” (32,3%), motivación de carácter extrínseco, que ha venido determinada por las altas cifras de desempleo que en Huelva, como en el resto de Andalucía, se han venido dando en las últimas décadas. No obstante, también se aprecia que la vocación y el deseo de desarrollo profesional han sido el estímulo que han sentido casi otro tercio de los empresarios onubenses para la puesta en marcha de negocios propios, lo que viene a confirmar que entre el empresariado se distinguen dos grupos de individuos con elementos motivaciones diferentes.

La comparación con los resultados de otras investigaciones sobre distintas provincias andaluzas permite apreciar que no existen grandes diferencias en cuanto al peso que ha tenido la “necesidad de ganarse la vida” como motivación para la aparición de los empresarios. Sin embargo, en Huelva, parece haber tenido una mayor incidencia la vocación, pues un 19,8% de los agentes empresariales onubenses, frente a un 11,9% de los andaluces en su conjunto, se lanzaron hacia la creación de empresas propias porque “tenían muy claro que querían ser empresarios”.

TABLA 13
TIPO DE MOTIVACIÓN EN EL EMPRESARIO ONUBENSE

Tipo de motivación	N.º de Empresarios	%
Necesidad de ganarme la vida	121	32,4
Tenía muy claro que quería ser empresario	74	19,8
Debía continuar el negocio familiar	58	15,5
Deseaba desarrollarme profesionalmente	43	11,5
Quería fundar algo propio que dejar a mis hijos	17	4,5
Quería mejorar mi prestigio social	14	3,7
Deseaba ganar mucho dinero	11	2,9
Necesitaba realizar algo bien por mí mismo	9	2,4
Otros/No contesta	27	7,22
Total	374	100

Fuente: Elaboración propia.

Desde el punto de vista de los sectores de actividad en los que se localizan los empresarios, las diferencias no son muy significativas. En todos, la motivación principal que orientó al individuo hacia la puesta en marcha de un negocio propio fue la necesidad económica. No obstante, en el agropecuario las motivaciones extrínsecas parecen tener mayor peso que en los restantes, mientras que en el de servicios son las intrínsecas las que tienen una mayor representación.

TABLA 14
TIPO DE MOTIVACIÓN DEL EMPRESARIO ONUBENSE SEGÚN EL SECTOR DE ACTIVIDAD (En porcentajes)

Motivación	Sectores				Total
	Agropecuario	Industria	Construcción	Servicios	
Vocación	11,8	17,7	16,7	21,6	19,8
Necesidad económica	35,3	35,3	36,7	30,5	32,4
Ganar dinero	11,8	2,0	1,7	2,9	2,9
Prestigio social	11,8	3,9	5,0	2,9	3,7
Fundar algo propio	17,6	5,9	6,7	2,9	4,5
Realizar algo por sí mismo	0,0	0,0	3,3	2,9	2,4
Desarrollo profesional	5,9	3,9	8,3	14,2	11,5
Continuar negocio familiar	5,9	27,5	8,3	15,5	15,5
Otros	0,0	3,9	13,3	6,5	7,0
Totales	100	100	100	100	1000

Fuente: Elaboración propia.

También se puede observar que entre los empresarios del sector industrial el “deber de continuar con el negocio familiar” tiene mayor peso que en los restantes, lo que quizás pueda estar relacionado con el elevado carácter familiar que tiene la industria española; sector en el que existen numerosas actividades en las que suele ser frecuente que los hijos continúen los negocios que iniciaron o explotaron sus padres.

TABLA 15
TIPOS DE MOTIVACIÓN DEL EMPRESARIO ONUBENSE
SEGÚN EL SEXO Y LA EDAD (En porcentajes sobre N=374)

Motivación	Sexo		Edad			
	Varón	Mujer	20-29	30-39	40-49	50 y más
Vocación	20,4	16,4	13,0	25,2	23,9	10,8
Necesidad económica	31,9	34,4	26,1	34,1	33,3	30,6
Ganar dinero	2,6	4,9	4,3	3,3	0,9	4,5
Prestigio social	4,5	0,0	0,0	3,3	4,3	4,5
Fundar algo propio	4,5	4,9	0,0	2,4	4,3	8,1
Realizar algo por sí mismo	2,2	3,3	0,0	1,6	1,7	4,5
Desarrollo profesional	11,2	13,1	4,3	10,6	12,8	12,6
Continuar negocio familiar	15,7	14,8	34,8	16,3	10,3	16,2
Otros	6,7	8,2	17,4	2,4	8,5	8,1
Totales	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

Cuando el análisis se realiza distinguiendo según el sexo, se observa que en hombres y mujeres las motivaciones extrínsecas e intrínsecas en conjunto tienen un peso similar. No obstante, se aprecian algunas leves diferencias. Entre los varones tiene más representación la vocación, lo que es muy probable que esté relacionado con el ya referido menor interés que, generalmente, muestran las mujeres hacia la actividad empresarial. En cambio, son más relativamente las féminas que se han orientado hacia la actividad empresarial debido a necesidades económicas, lo que quizás se encuentre relacionado con las mayores dificultades que la población femenina suele encontrar para incorporarse al mercado de trabajo.

Cuando las motivaciones se cruzan con la edad de los empresarios se aprecia que en el tramo de 30-39 años es en el que existe un porcentaje mayor de individuos con vocación, lo que coincide con la mayor preferencia por el trabajo por cuenta propia que muestra este grupo frente a los restantes según se puso de manifiesto anteriormente. En ese tramo de edad se sitúan una buena parte de los empresarios que con más frecuencia presentan características que se consideran positivas para que las principales funciones empresariales alcancen un buen grado de desarrollo. Los individuos de ese segmento presentan una mayor formación que los restantes y se encuentran orientados hacia la actividad empresarial en mayor medida que los demás, por su preferencia por el trabajo por cuenta propia y por motivaciones de tipo intrínseco tan importantes como la vocación.

Conocer esas diferencias puede ser de gran utilidad, ya que los individuos mejor formados y motivados hacia el desarrollo de actividades empresariales, es presumible que sean, a igualdad de otras condiciones, los que más potencial de desarrollo de las funciones empresariales presenten. Eso los convierte en un grupo que puede jugar un importante papel en la mejora de tejido empresarial de la provincia. Desde esa perspectiva, es muy probable que los programas de apoyo las empresas que se dirijan a ese colectivo cuenten con una amplia respuesta si se adaptan bien a sus necesidades y constituyan un modo bastante eficiente y eficaz de asignar los recursos que se destinen a la mejora del tejido productivo.

Por tanto, el nivel de formación y las motivaciones de los individuos constituyen dos variables que pueden ayudar a discriminar cuando se trate de seleccionar entre diferentes proyectos a



los que prestar ayuda. Junto a ellas se pueden considerar también, por la relevancia que, según se ha visto, han mostrado para la aparición de empresarios en Huelva, el nivel de experiencia profesional previa y las redes de contacto existentes.

9. EL PERFIL DEL EMPRESARIO ONUBENSE

A partir de los datos que se han ido presentando en los epígrafes anteriores es posible construir el siguiente perfil cualitativo del empresario onubense:

- Es mayoritariamente varón (83,69%).
- Nativo de la provincia de Huelva (81,6%) con padres también onubenses.
- Su edad media se sitúa alrededor de los 43 años.
- Se trata de un individuo que procede preferentemente de familias con niveles socio-económicos medio-alto o medio-bajo (83%), y a menudo desciende de padres empresarios (40,64%).
- Generalmente sus unidades productivas no superan el tamaño de microempresa (88,7%).
- Su nivel de estudios es preferentemente bajo y medio (47,05%). Sólo una cuarta parte de los empresarios tiene formación superior.
- Cuenta aproximadamente con 5 años de experiencia previa anteriores a su inicio como empresario, y en muchas ocasiones (48,21%) dicha experiencia la ha desarrollado en el mismo sector de actividad en el que se localiza su empresa.
- Perciben, mayoritariamente que están bien considerados por la sociedad (63%).
- Sus principales motivaciones para convertirse en empresario vienen dadas por la necesidad de ganarse la vida (32,4%), la vocación profesional (19,8%), el desarrollo profesional (11,5%) y el deber de continuar con el negocio familiar (15,5%).
- Un número bastante alto de ellos admite haber recibido algún tipo de apoyo de terceras personas al iniciar la actividad empresarial (41,71%) o haber contado con ayuda familiar.
- Es muy frecuente que inicie la actividad empresarial teniendo ya relaciones con clientes, proveedores y entidades financieras.
- En general, no busca asesoramiento profesional al crear la empresa.
- En su mayor parte considera que el principal obstáculo a la puesta en marcha del negocio lo constituyen las cargas fiscales y los problemas burocráticos, así como la dificultad de acceso al crédito bancario.

10. VALORACIÓN DE LA CALIDAD DEL EMPRESARIO ONUBENSE

Como ya se ha señalado, la influencia del empresario en el crecimiento y desarrollo económico va a depender del comportamiento que adopte con relación a las funciones que desempeña en un sistema económico de mercado, tales como la organización eficiente de los procesos de producción, la asignación óptima de los recursos a nivel de empresa, la detección y aprovechamiento de las oportunidades de negocio, la asunción de riesgos o la innovación. Este comportamiento, viene determinado, además de por factores de índole económica, por el tipo de motivación que empuja al

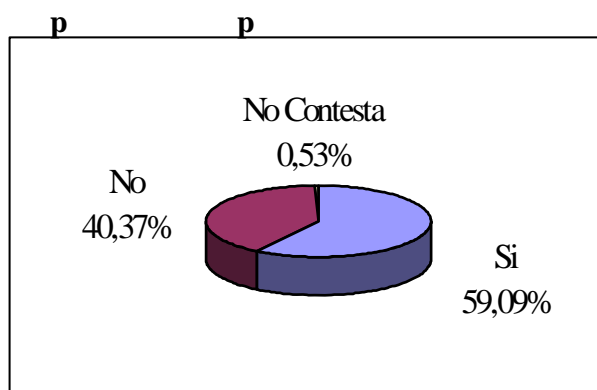
individuo hacia el inicio y desarrollo de una actividad empresarial, así como por una serie de condicionantes sociales y psicológicos que frenan o impulsan a los agentes empresariales a ampliar y modernizar la empresa, introducir innovaciones, poner en marcha nuevos procesos de organización, aplicar la planificación formal, participar en asociaciones empresariales, o tomar decisiones con un espíritu emprendedor que conduzca al éxito empresarial, a reforzar la posición competitiva de la empresa en el mercado y obtener mayores cotas de crecimiento y productividad. Por tanto, el comportamiento que desarrolla el empresariado en su conjunto afecta en gran medida a las posibilidades de crecimiento de la economía de una región o territorio.

En las páginas anteriores ya se han estudiado algunos de los citados condicionantes. A continuación, se van a analizar un conjunto de características, que asociadas a esos condicionantes, pueden tomarse como indicativas de muchos de los comportamientos que desarrolla el agente empresarial, lo que va a permitir realizar una valoración sobre lo que podría denominarse “calidad empresarial” en la provincia onubense.

10.1. Comportamiento del empresario onubense ante las decisiones de ampliación de la empresa

Para valorar la orientación del empresario onubense hacia el logro de un mayor crecimiento de su empresa, se le preguntó por la realización de ampliaciones en su unidad productiva durante los tres últimos años (gráfico 12), observándose, en principio, una actitud positiva en el conjunto del empresariado, ya que prácticamente el 60% de los agentes encuestados habían realizado alguna ampliación en ese periodo.

GRÁFICO 12
AMPLIACIÓN DE LA EMPRESA DURANTE LOS TRES ÚLTIMOS AÑOS



Fuente: Elaboración propia.

No obstante, esas observaciones deben ser complementadas con un análisis que profundice sobre las características que presentan los empresarios según su grado de ambición en relación a este particular.

Por un lado, atendiendo a la fecha de creación de la empresa, se comprueba que del total de empresarios que realizan ampliaciones durante los tres últimos años, aproximadamente un 62% se iniciaron en la actividad empresarial hace más de una década, lo que parece reflejar que la experiencia adquirida en el desarrollo de las funciones empresariales está influyendo en los comportamientos que tienen por objeto el crecimiento de la empresa, y por lo tanto, contribuye a la continuidad y desarrollo del empresario en el mercado, tal y como se deriva del análisis realizado en los epígrafes anteriores.

Dentro de ese grupo, dominan los empresarios con edades comprendidas entre 30 y 49 años, que, por otra parte, son mayoritarios en la muestra (tabla 16). En la provincia de Huelva la mayor parte de esos agentes son propietarios de empresas que presentan una reducida dimensión (tabla 2), con una estructura técnica y organizativa todavía no muy compleja, por lo que su potencial de crecimiento y desarrollo es elevado. Tomando en consideración el tipo de motivación y su nivel de forma-



ción, parece que existe un buen número de estos empresarios que pueden alcanzar una mayor dimensión de sus unidades productivas. Así, al analizar la motivación que empuja al empresario onubense hacia la actividad empresarial, se puso de manifiesto que los agentes pertenecientes a ese grupo de edad mostraban una mayor inclinación hacia el trabajo por cuenta propia, así como una superior vocación empresarial; lo que se relacionó con la presencia de otros rasgos, como la ambición, que se consideran esenciales para que mejore el tejido empresarial. Asimismo, en los epígrafes anteriores se puso de manifiesto que los empresarios de edades intermedias son los que en mayor proporción tienen estudios superiores (gráfico 6), y por lo tanto, están mejor preparados para afrontar la complejidad técnica y organizativa propia de las empresas de mayor dimensión.

TABLA 16
EMPRESARIOS ONUBENSES QUE REALIZAN AMPLIACIONES EN LA EMPRESA EN FUNCIÓN DE LA EDAD

Edad	Amplia		No amplia		Total
	N.º Empresa	%	N.º Empresa	%	
20-29	15	6,8	8	5,3	23
30-49	146	66,1	92	60,9	238
50 y más	60	27,1	51	33,8	111
Total	221	100	151	100	372

Fuente: Elaboración propia.

Por último, en la tabla 17 se puede comprobar que los empresarios con mayores aspiraciones respecto al crecimiento de su empresa, son los que poseen empresas de mayor dimensión y desarrollan su actividad en el sector industrial. Desafortunadamente este tipo de empresa no es el más abundante en la provincia, sin embargo, también en este caso se verifican las relaciones expuestas con anterioridad respecto a la motivación, la formación y la ambición de crecimiento. En este sentido, la mayor complejidad técnica y organizativa de una empresa industrial o de una empresa de gran dimensión supone, en la mayoría de los casos, una fuerte barrera de entrada para aquéllos individuos que carecen de una motivación adecuada o de una formación suficiente.

TABLA 17
AMPLIACIONES REALIZADAS POR EL EMPRESARIO ONUBENSE EN FUNCIÓN DE LA DIMENSIÓN DE LA EMPRESA Y EL SECTOR DE ACTIVIDAD

	Empresas en las que se realizan ampliaciones		Empresas en las que no se realizan ampliaciones		Nº total empresas
	Nº Empresas	% sobre el total	Nº Empresas	% sobre el total	
<i>Dimensión</i>					
1-9	152	52,2	137	47,1	291
10-49	59	81,9	13	18,1	72
50 y más	10	90,9	1	9,1	11
Total	221	59,1	151	40,4	374
<i>Sector de actividad</i>					
Agropecuario	8	47,1	9	52,9	17
Industrial	72	64,9	38	34,2	111
Servicios	141	50,5	104	42,3	246
Total	221	59,1	151	40,4	374

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, coincidiendo con lo que se ha puesto de manifiesto en diferentes investigaciones, también en el caso onubense, los comportamientos empresariales orientados a incrementar

la dimensión de las empresas se muestran en gran medida asociados al tipo de motivación que ha impulsado a dichos agentes hacia la creación de negocios propios y a su nivel de formación. Las debilidades que en relación con esos factores se pusieron de manifiesto en un epígrafe anterior tienen, por tanto, su reflejo en la falta de ambición por expandir las empresas que se detecta entre una parte del empresariado, al menos un 40%; siendo el grupo de individuos de edades comprendidas entre 39 y 49 años el que en mejores condiciones se presentan en relación con los dos factores anteriores.

10.2. Comportamiento del empresario onubense frente a la innovación

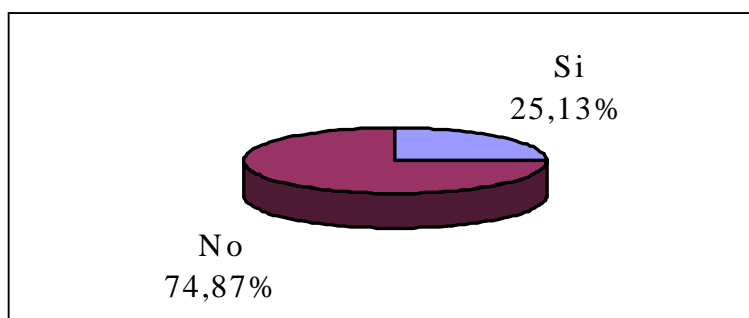
En la actualidad, debido al creciente grado de competitividad de las empresas y a la globalización de la economía, el nivel tecnológico y la capacidad de un territorio para generar y asimilar innovaciones han adquirido una mayor importancia para el desarrollo económico. La innovación constituye una actividad que directamente beneficia a quien la desarrolla, pero que además, genera externalidades positivas al incrementar el “stock” de conocimientos a los que puede tener acceso el conjunto de la población. En este sentido, esta íntimamente relacionada con el capital humano, ya que es necesario un grado de formación elevado para “absorber” las nuevas tecnologías e incorporarlas en los procesos productivos y una actitud motivacional adecuada por parte de autoridades y empresarios para desarrollar los propios procesos de investigación y desarrollo.

La introducción de nuevas tecnologías, la innovación en los procesos productivos y en los métodos de gestión o el desarrollo de nuevos productos, son algunos de los mecanismos que contribuyen a aumentar la eficiencia de las empresas, incrementando la cantidad y calidad de la producción y reduciendo los costes, contribuyendo de esta manera al crecimiento económico del territorio en el que aquéllas se localizan. Por tanto, la iniciativa y capacidad de innovación del empresario puede valorarse atendiendo, entre otros indicadores, a sus decisiones de creación de nuevos productos o servicios, incorporación de nuevas tecnologías o desarrollo de proyectos propios de innovación.

En cuanto a los comportamientos innovadores del empresario onubense, del análisis realizado se desprende que existen importantes debilidades. Por un lado, solamente el 25,1% de los empresarios afirman haber desarrollado proyectos de innovación durante los últimos tres años (gráfico 13). Estos datos son un reflejo más de una de las características que presenta el conjunto de la economía andaluza, como es su reducida capacidad innovadora, lo que la coloca en una situación de dependencia, respecto a otras regiones, en relación con un factor tan crucial como es el que se está estudiando.

GRÁFICO 13

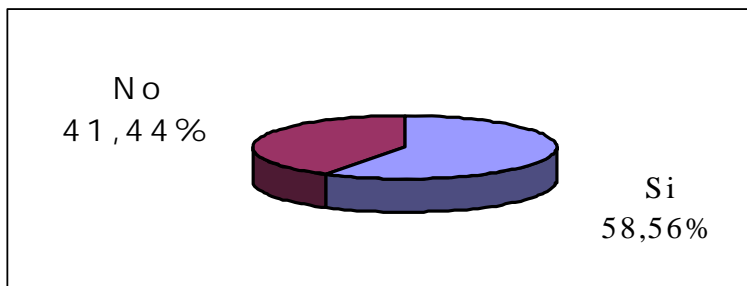
DESARROLLO DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN POR EL EMPRESARIO ONUBENSE



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, aunque el número de empresarios que han incorporado nuevas tecnologías y modernos procesos de producción, adquiridos a través del mercado, en los dos últimos años supera 50% (gráfico 14), se observa que un porcentaje importante de los agentes encuestados no muestran una clara disposición hacia la innovación, lo cual limita sus potenciales de crecimiento y los hace más vulnerables al incremento de la competencia que se está dando como consecuencia de la globalización económica.

GRÁFICO 14
ADQUISICIÓN DE NUEVA TECNOLOGÍA POR EL EMPRESARIO ONUBENSE



Fuente: Elaboración propia.

Entre los principales factores que pueden explicar estas debilidades del empresario onubense se encuentran su bajo nivel de formación, la deficiente motivación que en muchos casos les impulsó hacia la actividad empresarial y la escasa dimensión de las empresas de la provincia. Por una parte, la existencia de un porcentaje muy alto de empresarios con niveles educativos básicos o de primaria (Gráfico 5) dificulta la asimilación de una serie de innovaciones en los equipos, procesos y métodos de gestión que cada vez se desarrollan con mayor rapidez y que son esenciales para mantener la competitividad de la empresa. Por otra, hay que tener en cuenta la motivación hacia la actividad empresarial que ha impulsado a una gran parte de los agentes encuestados no es la más apropiada, como se vio con anterioridad, para que se estimulen los comportamientos innovadores. Sobre este particular, recuérdese que casi un tercio del empresariado inició un negocio propio ante la necesidad de encontrar un medio con el que ganarse la vida y no por vocación o deseo de desarrollo profesional. Finalmente, en cuanto a la dimensión de la empresa, en numerosos estudios empíricos se demuestra que a medida que aumenta el tamaño empresarial crece el esfuerzo en innovación, por lo que quizás pueda justificarse en parte el comportamiento descrito atendiendo al reducido tamaño de las unidades productivas de la provincia (tabla1).

TABLA 18
EMPRESARIOS ONUBENSES QUE DESARROLLAN PROYECTOS DE INNOVACIÓN EN FUNCIÓN DEL SECTOR DE ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y LA DIMENSIÓN DE LA EMPRESA

	Empresas en las que se realizan proyectos de innovación		Empresas en las que no se realizan proyectos de innovación		N.º total empresas
	N.º Empresas	% sobre el total	N.º Empresas	% sobre el total	
<i>Dimensión</i>					
1-9	59	20,3	232	79,7	291
10-49	28	38,9	44	61,1	72
50 y más	7	63,6	4	36,4	11
Total	94	25,1	280	74,9	374
<i>Sector de actividad</i>					
Agropecuario	3	17,6	14	82,4	17
Industrial	31	27,9	80	72,1	111
Servicios	60	24,4	186	75,6	246
Total	94	25,1	280	74,9	374
<i>Edad del empresario</i>					
20-29	6	26,1	17	73,9	23
30-50	68	28,3	172	71,6	240
50 y más	20	18,0	91	82,0	111
Total	94	25,1	280	74,9	374

Fuente: Elaboración propia.

10.3. Comportamientos orientados a la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio

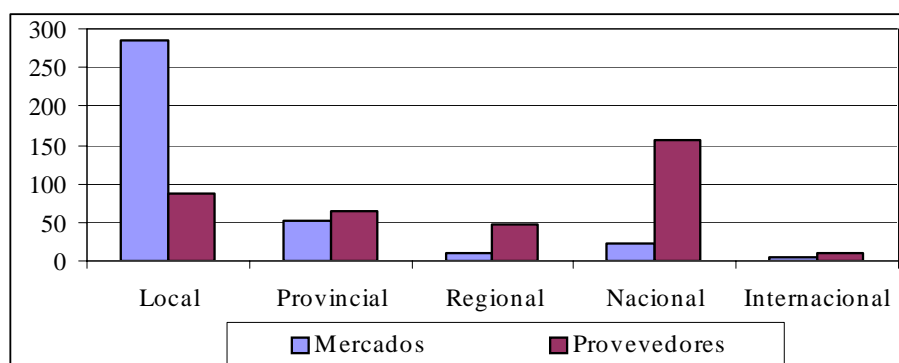
En el actual contexto de globalización económica y competitividad creciente, la supervivencia y desarrollo de las unidades productivas depende cada vez más de que el empresario mantenga un estado de alerta frente a los cambios que se producen. La captación de las nuevas oportunidades de negocio y la consiguiente reasignación de los factores productivos en función de las alteraciones que, a elevado ritmo, se vienen sucediendo en los mercados, se convierte, por tanto, en una función de primer orden en el día a día de las empresas. Ese comportamiento se refleja en gran medida en la presencia que los agentes empresariales tienen en los diferentes mercados, ya sean de ámbito local, regional, nacional o internacional, y en el grado en que son capaces de satisfacer la demanda de bienes y factores que existe en el área en que están ubicadas sus empresas. Cuando dichos comportamientos están muy extendidos entre el empresariado de una economía, el sistema productivo suele presentar un alto grado de articulación interna y, por tanto, se difunde por todo el tejido económico cualquier incremento de actividad que tenga lugar alguna de las actividades que lo integran.

En el empresariado onubense no se aprecia una clara vocación exportadora, únicamente el 12,3% de los agentes encuestados habían realizado en alguna ocasión, durante todos sus años de actividad empresarial, operaciones de exportación. Asimismo, como se puede observar en el gráfico 15, los empresarios de la provincia de Huelva están muy volcados en los mercados de su propia localidad (un 75,9%) y sólo para un 9,9% el mercado principal se sitúa fuera del ese ámbito provincial. Por el contrario, los proveedores principales de estos empresarios son mayoritariamente nacionales (42,6%), seguidos de aquéllos que suministran básicamente dentro de su propia provincia (local y provincial), que representan hasta el 41,5%. Estos datos indican, por tanto, una debilidad importante en lo que se refiere a los comportamientos orientados a la búsqueda y explotación de oportunidades de negocio. Así lo refleja también la clara tendencia que se observa en un número elevado de unidades productivas a situarse en los escalones próximos a la demanda final (el mercado de sus productos) y muy alejadas de los mercados de recursos (proveedores), lo que, por las razones apuntadas, es uno de los factores que influye con fuerza sobre la desarticulación del sistema productivo que, como es bien conocido, presenta la economía provincial.

Asociado a esos comportamientos parece encontrarse, una vez más, el bajo nivel de formación que presenta una parte importante del empresariado, el tipo de motivación que ha impulsado hacia la actividad empresarial a un elevado número de empresarios y la dimensión de las empresas; lo que viene explicado por razones muy similares a las que se expusieron en relación con los comportamientos innovadores, en el epígrafe anterior.

GRÁFICO 15

PRINCIPALES MERCADOS Y FUENTES DE APROVISIONAMIENTO DE LOS EMPRESARIOS ONUBENSES



Fuente: Elaboración propia.

10.4. Otros comportamientos dinamizadores en el empresario onubense

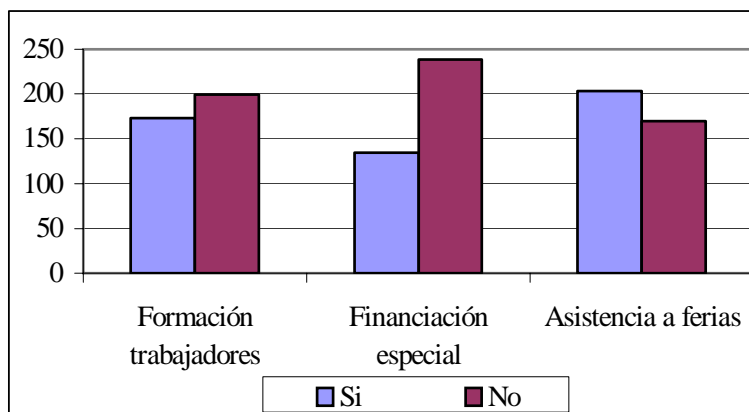
El carácter emprendedor del empresario no sólo se debe manifestar en la creación o puesta en marcha de una idea de negocio, sino que un "buen" empresario sigue manteniendo una

actitud positiva en la realización de todas aquellas actividades que contribuyen a dinamizar la empresa, de forma que los planes de crecimiento empresarial, de creación de nuevos productos, de innovación tecnológica o de búsqueda de nuevos mercados y proveedores tengan mayores posibilidades de éxito y permitan el desarrollo de la empresa a largo plazo.

Por tanto, dentro de los comportamientos dinamizadores puede considerarse también el grado en que se promueve y facilita la formación de los trabajadores, la asistencia a congresos y ferias y el aprovechamiento de las ayudas de financiación especial para la mejora o ampliación de la unidad productiva que se ofrezcan por las administraciones públicas.

GRÁFICO 16

ACTITUD DEL EMPRESARIO ONUBENSE EN RELACIÓN A LOS COMPORTAMIENTOS DINAMIZADORES



Fuente: Elaboración propia.

Contribuir a que los trabajadores adquieran una mayor formación supone una conducta propia de un empresario preocupado por el desarrollo futuro de la empresa y consciente del carácter esencial de la formación para el desarrollo de nuevos productos y servicios. Los datos que facilita la encuesta realizada indican que menos de la mitad de los empresarios onubenses (46,3%) han adoptado este tipo de iniciativa. Varias razones ayudan a comprender este comportamiento. Una es el nivel de formación, ya que los individuos en los que éste es reducido tienden a infravalorar la importancia de esas acciones. Otra, la dimensión de la unidad productiva, pues como se puede observar en la tabla 19, y coincidiendo con los resultados de otras investigaciones realizadas en diferentes ámbitos geográficos, a medida que se incrementa el tamaño de la empresa crece la proporción de empresarios que adoptan la iniciativa de establecer programas de formación para los trabajadores. Asimismo, se aprecia que son los empresarios pertenecientes al sector industrial los que en mayor número se decantan por ese tipo medidas.

TABLA 19

FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN FUNCIÓN DE LA DIMENSIÓN DE LA EMPRESA Y EL SECTOR DE ACTIVIDAD EN LA PROVINCIA DE HUELVA

	Empresas en las que se imparte formación a los trabajadores		Empresas en las que no se imparte formación a los trabajadores		N.º total empresas
	N.º Empresas	% sobre el total	N.º Empresas	% sobre el total	
<i>Dimensión</i>					
1-9	118	40,5	172	59,1	291
10-49	47	65,3	24	33,3	72
50 y más	8	72,7	3	27,3	11
Total	173	46,3	199	53,2	374

(Sigue)

(Continuación)

Sector de actividad	Empresas en las que se imparte formación a los trabajadores		Empresas en las que no se imparte formación a los trabajadores		N.º total empresas
	N.º Empresas	% sobre el total	N.º Empresas	% sobre el total	
Agropecuario	6	35,3	11	64,7	17
Industrial	53	47,8	58	52,3	111
Servicios	114	46,3	130	52,8	246
Total	173	46,3	199	53,2	374

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, el perfil del empresario más partidario de facilitar la formación de sus trabajadores, —dirige empresas grandes que desarrollan actividades industriales—, coincide con el de los empresarios más ambiciosos en cuanto al crecimiento de la empresa (tabla 17) y más innovadores (tabla 18).

Tampoco demuestra el empresario onubense una actitud muy favorable en lo que se refiere a la búsqueda de financiación especial, como son las subvenciones a fondo perdido, desgravaciones y bonificaciones fiscales o préstamos a tipos de interés subvencionado. Solamente un 36,1% de los agentes encuestados reconocen haber solicitado financiación especial, a pesar de que la dificultad para acceder al crédito bancario fue valorada como uno de los principales obstáculos encontrados al inicio y en el desarrollo de la actividad empresarial (tabla 19). El origen de esta contradicción pudiera hallarse, al menos en parte, en la dificultad que los empresarios manifiestan encontrar en los procesos burocráticos, así como en la falta de información sobre las diferentes ayudas financieras que, según señalan, es acusada en la provincia. En este sentido, se apunta la utilidad de las Agencias de Desarrollo Local en la tarea de informar, asesorar y motivar al empresario respecto de los diferentes programas de ayudas a la financiación disponibles, gracias a las cuales se ha conseguido incrementar los porcentajes de participación de los empresarios en dichos programas.

El interés por dar a conocer el producto e informarse sobre las últimas novedades aparecidas en el mercado es otra actitud que no se aprecia claramente en una parte importante del empresario onubense, aunque en relación con este particular los datos que ofrece la muestra son algo más positivos. Un 54,4% de los individuos encuestados confiesan haber asistido a ferias y congresos relacionados con su actividad, lo que contrasta con la menor participación en este tipo de eventos, que reflejan otras investigaciones realizadas en diferentes provincias de Andalucía. Los empresarios que con más frecuencia asisten a ellos tienen edades comprendidas entre los 30 y 50 años, más de una década de experiencia en la actividad empresarial y se encuentra al frente, preferentemente, de empresas del sector servicios con más de 50 trabajadores.

10.5. Comportamiento asociativo y espíritu de colaboración del empresario onubense

Como numerosas investigaciones han señalado, la cooperación y colaboración entre las empresas puede aportar importantes ventajas de cara a afrontar proyectos que, por su envergadura o nivel de riesgo, serían difícil de llevar a cabo individualmente, así como facilitar la reducción de costes al hacer posible economías de escala. Un rasgo bastante común en las sociedades más desarrolladas es la elevada presencia de asociaciones empresariales y de unidades productivas que cooperan para el logro de objetivos comunes. Ese hecho, parece venir asociado a determinadas actitudes del empresario que pueden tener su origen en los valores culturales que comparten los grupos sociales a los que aquél pertenece.

Para valorar el espíritu de cooperación del empresario onubense se preguntó a los individuos de la muestra por su participación en acuerdos formales de colaboración con otras empresas, lo que ha permitido comprobar que solamente un 19% de aquéllos han llevado a cabo ese tipo de



acciones. Este comportamiento es muy probable que se encuentre asociado al citado síndrome de “amoralismo familiar”, que, según se vio en el epígrafe 3.5, se da en Andalucía, incluso entre personas de elevado nivel y que, como entonces se señaló puede representar un obstáculo, de carácter cultural, para que se materialicen proyectos empresariales comunes.

Profundizando un poco más sobre este particular, se observa que a medida que crece el tamaño empresarial son más usuales los acuerdos entre empresarios, de forma que para las empresas de más de 50 trabajadores el porcentaje anterior aumenta hasta un 63,6%, lo que refleja, una vez más, que el empresariado de mayor dimensión es el que muestra “mejor” comportamiento empresarial.

TABLA 20
EMPRESARIOS ONUBENSES CON ACUERDOS DE COLABORACIÓN
EN FUNCIÓN DE LA DIMENSIÓN DE LA EMPRESA

Dimensión de la empresa	Empresarios con acuerdos		Empresarios sin acuerdos		Total
	N.º Empresas	%	N.º Empresas	%	
De 1-9	50	17,2	241	82,8	291
De 10-49	14	19,4	58	80,6	72
Más de 50	7	70,0	4	36,6	11
Total	71	19,0	303	81	374

Fuente: Elaboración propia.

El perfil del empresario onubense con una mayor propensión a la cooperación y asociación coincide con el del agente con mayor grado de iniciativa en cuanto a la asistencia a ferias y congresos: varón, de edad comprendida en el intervalo de 30-49 años, que se inició en la actividad empresarial hace más de diez.

11. CONCLUSIONES

El grado de desarrollo de un territorio depende, entre otros factores, de una serie de funciones económicas que en una economía de mercado realiza el empresario (innovación, asunción de incertidumbre, búsqueda y explotación de nuevas oportunidades de negocio, crecimiento empresarial, etc.) y del comportamiento que éste adopte en relación con las mismas. El análisis que se ha desarrollado en las páginas precedentes ha permitido realizar una aproximación al empresariado onubense valorando el grado en el que desarrolla dichos comportamientos, así como ciertos factores personales, sociales e institucionales que, según ha detectado la investigación en este campo, aparecen asociados a aquéllos, estimulándolos o desincentivándolos según las características que presenten.

De ese análisis se desprende que dentro del empresariado onubense existe un cierto dualismo. Por un lado, puede identificarse un numeroso grupo de agentes que presenta notables debilidades en lo que se refiere a los comportamientos innovadores, de asunción de riesgo, de búsqueda y explotación de nuevas oportunidades económicas, de expansión de la unidad productiva y, en general, de dinamización de la empresa. Por otro, están aquéllos agentes que presentan puntos fuertes en relación con los comportamientos anteriores; siendo este grupo de especial interés dado que su papel resulta de mayor trascendencia para el crecimiento económico de la provincia y la generación de puestos de trabajo.

También se han detectado una serie de características que dependiendo del grupo de empresarios que se trate se presentan con mayor o menor intensidad. En este sentido se puede señalar las siguientes:

- Entre los individuos con mejor comportamiento empresarial se aprecia un mayor nivel de formación, lo que entre otros aspectos, los coloca en mejor posición para asimilar innovaciones, abrirse a mercados más amplios (nacional o internacional) o captar oportunidades de negocio que requieran un cierto nivel de conocimientos formales.
- En ese grupo tiende a apreciarse también una mayor presencia de individuos que prefieren trabajar por cuenta propia frente a hacerlo por cuenta ajena, lo que, según se ha señalado, es una condición necesaria, aunque no suficiente, para desarrollar comportamientos empresariales de calidad.
- Entre las motivaciones que han impulsado a los empresarios menos dinámicos tienen un peso relativo algo superior las de carácter extrínseco y, especialmente, “la necesidad de encontrar un puesto de trabajo debido a la falta de oportunidades de empleo en las organizaciones existentes”, lo que, según se ha señalado, suele ir asociado a individuos que no están interesados en desarrollar en gran medida algunas funciones empresariales de gran trascendencia económica (innovación, riesgo, captación de oportunidades, etc.). En cambio, entre los empresarios de mayor “calidad”, suele tener menos presencia dicha motivación e, inversamente, tiene más peso la “vocación”.
- Asociada a las características anteriores se encuentran también la edad y los años de experiencia al frente de las empresas. Los agentes más dinámicos se localizan en mayor medida en la franja de 30-49 años, y dentro de ésta tienen especial relevancia los de edades comprendidas entre 30 y 39. Asimismo, la experiencia como empresario que muestran dichos agentes suele ser, como mínimo, de en torno a diez años.
- Entre el empresariado de más “calidad” también se observa una mayor dimensión en sus empresas, lo que puede ser a su vez causa y efecto de los comportamientos señalados.

Conocer esos rasgos puede ser de gran utilidad para guiar el objeto de los programas de apoyo al empresariado ya, que a igualdad de otras condiciones, serán los individuos con comportamientos empresariales de mayor “calidad” los que previsiblemente hagan un uso más eficaz y eficiente de las ayudas que se le presten y los que, probablemente, respondan mejor ante las iniciativas que, dirigidas a la mejora del tejido empresarial, se puedan articular desde los poderes públicos.

Por otro lado, el hecho de que entre los empresarios de “calidad” tengan una importante presencia los agentes de edades comprendidas entre 30 y 39 años, pone de manifiesto que se está produciendo una renovación del empresariado con individuos cuyas características son más favorables al desarrollo de comportamientos que se traducen, generalmente, en un mayor crecimiento económico, lo que puede resultar muy positivo de cara al futuro. No obstante, conviene tener presente que existen un conjunto de factores que pueden estar frenando la emergencia de un mayor número de empresarios de calidad y sobre las que puede ser de interés que actúen los poderes públicos.

La realización de programas de formación dirigidos a la clase empresarial puede constituir una importante ayuda para mejorar los bajos niveles educativos que muestra una parte importante del empresariado, debiendo prestarse especial atención a los agentes que proceden de los niveles socioeconómicos “medio-bajo” y “bajo”, pues en esos estratos nace un porcentaje elevado de los empresarios onubenses, pero son los que están peor formados. La organización de cursos que tienen por objeto, además mejorar los conocimientos formales, desarrollar las actitudes y capacidades que se identifican en el empresario de “calidad”, aunque puede resultar difícil dada la escasa oferta que tiene todavía en España ese tipo de formación, es una medida que podría representar un importante avance en la dirección señalada, ya que va orientada no solo a incrementar los conocimientos formales sino también, y especialmente, a estimular en los individuos la iniciativa y los comportamientos dinamizadores en la empresa.

De otra parte, la percepción del empresariado onubense sobre la consideración social que merece su actividad profesional parece ser más positiva que la que han manifestado los agentes empresariales de otras provincias andaluzas. El hecho de que el grado de legitimación que la pobla-



ción otorga a las actividades empresariales sea de gran importancia de cara a la aparición de nuevos agentes y a estimular el desarrollo de sus funciones principales, hace que pueda ser de interés desarrollar alguna campaña dirigida a mejorar la imagen del empresario. En ese sentido, pueden jugar un importante papel las declaraciones de líderes, o de personas con alto grado de reconocimiento social, orientadas a resaltar la relevancia que tienen dichos agentes para creación de riqueza y la generación de empleo, así como a incrementar su prestigio.

También en relación con los factores sociales hay que considerar la posibilidad de existencia, al menos entre algunos grupos de población, del llamado síndrome de “amoralismo familiar”, que como, se ha señalado, puede afectar negativamente a la puesta en marcha de proyectos comunes y, por tanto, a la dimensión de las empresas. Investigar en profundidad en qué medida dicho factor se encuentra presente entre la población onubense puede ser de gran utilidad de cara a articular, en el caso de que fuera necesario, algunas medidas orientadas que pudieran atenuar sus efectos.

Por otro lado, el análisis realizado ha permitido detectar que una parte del empresariado reclama un mayor apoyo por parte de las Administraciones Públicas, así como una mayor simplificación de los trámites burocráticos que se relacionan con la actividad empresarial. Con los datos que se han manejado resulta difícil valorar en qué medida dichos factores pueden estar representando un obstáculo para el desarrollo de un empresariado de calidad. De cualquier forma, incrementar el esfuerzo orientado a lograr que la administración se acerque más a los agentes empresariales con el objeto de tener un mejor conocimiento de sus problemas y dificultades, puede constituir una medida acertada. Desde esa perspectiva, las acciones encaminadas a revisar y mejorar el funcionamiento de los canales de comunicación con dicho colectivo podría incrementar la cantidad y calidad de los flujos de información entre las instituciones públicas y este grupo de administrados; lo que, a su vez, podría ser de gran utilidad para el diseño de los programas que tengan por objeto la mejora del tejido empresarial.

Igualmente, hay que considerar la creciente incorporación a las actividades empresariales que se observa entre el colectivo de mujeres, que, como se ha señalado, puede constituir una importante “cantera” de futuros agentes empresariales. Indagar en la problemática, obstáculos y posibilidades que se presentan en este colectivo que, por su escasa presencia aún en la actividad empresarial, tiene un importante potencial de crecimiento, constituye una tarea que puede dar grandes frutos de cara a estimular la aparición de un empresariado de calidad en el futuro.

Finalmente, ha de destacarse el importante papel que en la mejora del tejido empresarial juegan las agencias de desarrollo local. La alta presencia de un empresariado que, por ser originario de la provincia, comparte normas y valores culturales comunes constituye un activo de gran valor si se tiene en cuenta la importancia que se viene atribuyendo al factor cultural en los enfoques de desarrollo endógeno. Desde esa perspectiva, es preciso insistir en la conveniencia de que las políticas de desarrollo local se articulen a partir de una buena base de conocimiento sobre el territorio que abarque no sólo aspectos económicos o relativos a los recursos materiales disponibles, sino también, y especialmente, aquellos elementos culturales, que al ser ampliamente aceptados entre la población, puedan constituir una base sólida sobre la que estimular la puesta en marcha de proyectos empresariales y la generación de empleo y riqueza.

PARTE SEGUNDA
UN MUNDO DE OPORTUNIDADES

1. INTRODUCCIÓN

Esta Segunda Parte del Documento constituye el resultado del Proyecto de Oportunidades realizado dentro del Subprograma de I+D sobre los *Yacimientos de empleo*.

El estudio ha incluido:

- El desarrollo de una base de datos descriptiva de la realidad económica onubense, que ha permitido identificar los principales recursos estratégicos de Huelva.
- La realización de unas Jornadas Participativas (Huelva 7-8 de abril 2000) en las que se ha utilizado un método de prospectiva desarrollado por la Comisión Europea (método EASW CE-DGXIII Innovación), y en las que intervinieron 28 representantes de las administraciones, las empresas, los servicios técnicos y la ciudadanía; estas Jornadas se describen en la PARTE TERCERA de este Documento.

Esta SEGUNDA PARTE se compone de dos capítulos consecutivos y complementarios:

- En el primero se establece un diagnóstico estratégico de la situación económica de Huelva y de sus potencialidades para el desarrollo.
- En el segundo se elaboran estas potencialidades para definir oportunidades concretas de inversión, privadas y públicas.

Es evidente que, siguiendo el esquema del Programa Yacimientos de Empleo descrito previamente, en la Introducción, esta SEGUNDA PARTE constituye una etapa intermedia de un proceso más amplio y ambicioso de desarrollo de proyectos concretos para una planificación estratégica de Huelva. Por ello, no se elaboran por el momento recomendaciones, limitando así su campo de actuación a la aportación de unos resultados de investigaciones que pueden estimular la reflexión de los agentes económicos y sociales onubense.

2. DIAGNOSTICO Y POTENCIAL

2.1. El entorno de Andalucía y de Huelva

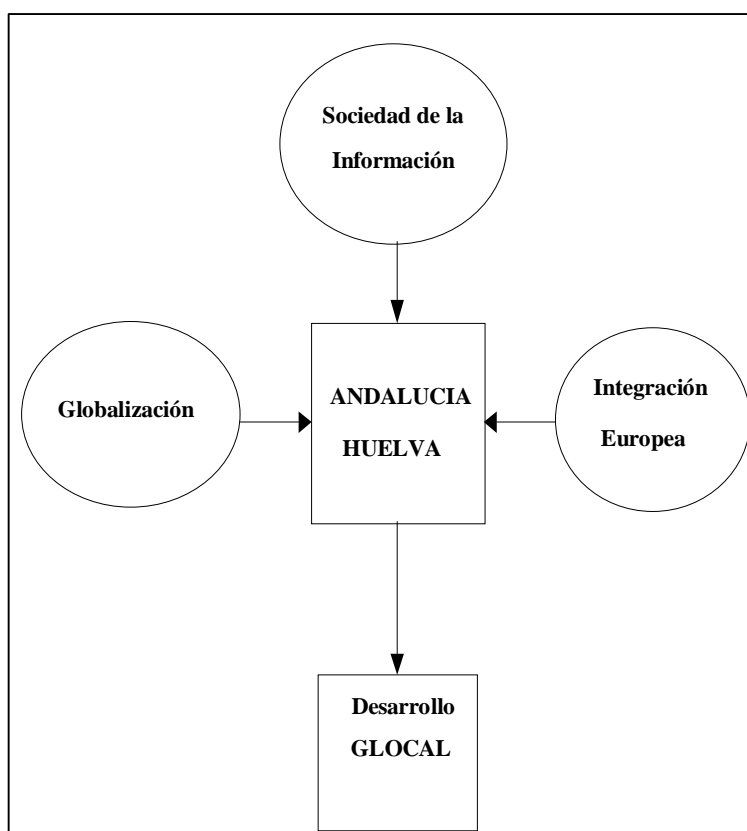
Para Andalucía y Huelva, el entorno económico en el albor del siglo XXI se puede caracterizar con tres rasgos esenciales:

- La revolución tecnológica de la Sociedad de la Información (ordenadores, microelectrónica, telecomunicaciones) que abre la perspectiva de una sociedad post-industrial en la que el trabajo humano deja de ser instrumental, para transformarse en un producto-servicio.
- La globalización de algunas actividades productivas (fenómeno que induce a numerosas empresas a desarrollar estrategias supranacionales) que puede consolidarse apoyada por la progresiva liberalización a escala mundial de los movimientos financieros, de servicios y mercancías, y del capital humano.
- Y, obviamente, el proceso institucional de integración de la Unión Europea, y en especial, la creación de una UEM que permitirá extender al territorio europeo las características de los mercados nacionales tradicionales.

Andalucía, como el resto de las CCAA españolas, y Huelva, como el resto de las provincias andaluzas, necesita prepararse adecuadamente para abordar positivamente la Sociedad de la Información, la globalización y la integración europea.

Desde el punto de vista de las actividades productivas, que en el fondo serán las que establezcan los niveles de empleo, riqueza y bienestar, el factor esencial, que resume conjuntamente los tres vectores de cambio, es la necesaria unión entre lo global y lo local, o sea, el factor “glocal”: las empresas globales necesitan factores productivos locales para desarrollar sus estrategias; las empresas locales necesitan apoyos globales para mantener su competitividad (gráfico 17).

GRÁFICO 17
EL DESARROLLO GLOCAL



Fuente: Elaboración propia.

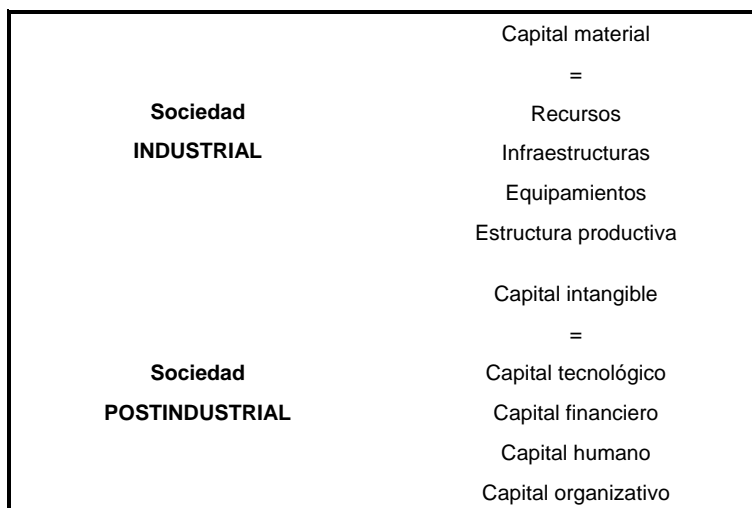
En la Sociedad Industrial el proceso de acumulación que facilitaba el crecimiento económico (empresarial y territorial) se refería esencialmente al capital físico, a los medios de producción; en la Sociedad Post-industrial el proceso de acumulación se ha extendido hasta incluir todos los componentes del capital intangible (gráfico 18):

- El capital financiero.
- El capital tecnológico.
- El capital humano.
- Y el capital organizativo.

El desarrollo “glocal” se rige siguiendo estas nuevas leyes de acumulación que son las que establecen los centros de decisión empresariales; la relación “glocal” será una relación de dependencia para el ámbito local si las decisiones relativas a estos nuevos procesos de acumulación

son esencialmente globales; el bienestar local dependerá de la capacidad endógena de acumulación de las nuevas formas inmateriales del capital: tecnología, educación/formación, finanzas, eficiencia organizativa.

GRÁFICO 18
LOS PROCESOS DE ACUMULACIÓN GLOCALES



Fuente: Elaboración propia.

En este nuevo contexto es importante establecer la posición competitiva de Huelva en términos de:

- Factores de localización tradicionales (recursos naturales, infraestructuras).
- Factores de localización modernos, de carácter local (intangibles).

2.2. Base del diagnóstico de la provincia de Huelva

2.2.1. El capital material de Huelva

El desarrollo histórico de todo proceso de industrialización se ha apoyado siempre, en su fase inicial, en los recursos naturales de cada territorio; en una segunda fase del proceso adquieren interés especial las infraestructuras y equipamientos; en la fase tercera y final del proceso de industrialización interviene prioritariamente la estructura de los sectores productivos, sus relaciones insumo-producto y sus interdependencias.

La provincia de Huelva ha explotado inicialmente sus recursos mineros, que han dado lugar a importantes desarrollos competitivos, y a una abundante inversión extranjera. También se han explotado intensivamente las tierras fértiles con el desarrollo de una agricultura y de una ganadería que han sabido adoptar en época reciente nuevas tecnologías para aumentar su productividad (en el último cuarto del siglo XX). En modo similar se ha desarrollado una intensa actividad pesquera que está hoy especialmente capacitada con una flota congeladora de cierta envergadura. En época aún más reciente también se han sabido aprovechar los recursos climáticos y naturales para las actividades turísticas.

Con la excepción de los recursos mineros, los recursos naturales de Huelva son renovables aunque debido a los procesos de contaminación, esta renovación requiere un esfuerzo permanente de inversión (p.ej. en agricultura, inversiones de regadío, o en el turismo inversiones para la mejora de los entornos desde el punto de vista de la estética o de la calidad del recurso).



El municipio de Huelva no dispone de recursos naturales tan abundantes, aunque evidentemente la explotación de los recursos provinciales, tales como el cultivo de frutas (fresa, naranja, ...) o el turismo de playa y de serranía, permite desarrollar importantes actividades complementarias en el sector de los servicios (transportes, comercialización, finanzas, etc.) en la capital provincial; tanto es así que, aunque no se dispone de datos o estimaciones cuantificadas al respecto, puede afirmarse que el desarrollo de Huelva capital, depende prioritariamente de la explotación económica de recursos provinciales, y de las funciones administrativas típicas de una gestión territorial de carácter provincial. El futuro de Huelva capital es indisociable del futuro de su provincia.

2.2.1.1. Las infraestructuras de Huelva

La posición geográfica de Huelva en la desembocadura de dos ríos (la "ría de Huelva") ha favorecido históricamente un desarrollo portuario que se ha consolidado en la década de los sesenta con la promoción de un polo de desarrollo centrado en la transformación de petróleos y naftas importados por vía marítima. El puerto, con su uso diversificado para pesca, mercancías y viajeros es hoy un elemento esencial de infraestructura que mueve una parte importante de la economía onubense.

Estudios recientes (J.J. García del Hoyo *et. al.*, 1999²) concluyen que "el efecto de las actividades desarrolladas en el puerto de Huelva ejercen directa, indirecta o de forma inducida sobre el tejido socioeconómico de la provincia y del resto de Andalucía es muy significativo. En el caso de la provincia de Huelva, la contribución al PIB puede cifrarse en torno al 9,7% de este. La importancia del empleo imputable, aunque de menor magnitud, también resulta muy significativa (el 6,7%) en relación al conjunto de empleos de la provincia". En el sector primario, el 16% del Valor Añadido provincial es debido a la pesca realizada en el puerto, y en la industria, el 21% del Valor Añadido provincial viene de la actividad industrial portuaria.

Junto con el puerto, destaca el valor de las infraestructuras de transporte, en particular en lo que se refiere a las comunicaciones con Sevilla, con el resto de las provincias andaluzas (con la etapa intermedia de Sevilla) y con Madrid. La Autopista del Quinto Centenario y la adaptación de la red ferroviaria para la circulación de trenes Talgo de alta velocidad así como el más fácil acceso al aeropuerto de Sevilla, han acercado a Huelva, durante la última década, a los centros decisoriales del país. Aunque no existen estudios económicos de evaluación al respecto, es natural que, siguiendo pautas suficientemente desarrolladas en otros ambientes, esta mejora de las comunicaciones habrá contribuido positivamente al crecimiento del PIB estos últimos años.

No puede decirse lo mismo de las conexiones terrestres con Portugal que no han sido debidamente desarrolladas todavía, y cuya mejora facilitaría sin duda el crecimiento de Huelva y en particular de las actividades del Puerto de Huelva, y de las actividades turísticas. Por insuficiencia de estas infraestructuras de transporte transfronterizo y por la ausencia de una relación directa con Cádiz, el desarrollo económico de Huelva se polariza en dirección de Sevilla, y con menor intensidad hacia el norte de la provincia.

En lo que se refiere a las infraestructuras energéticas, Huelva está conectada a las redes nacionales y no tiene ventajas o desventajas competitivas al respecto.

2.2.1.2. La estructura productiva y económica

Según el Directorio Central de Empresas del INE (DIRCE) referido a enero de 2002, la provincia de Huelva cuenta con un total de 21.709 empresas. La estructura empresarial provincial atendiendo al tamaño de las empresas según el número de trabajadores es similar a la que se presenta tanto en el conjunto nacional como en el ámbito andaluz, aunque con un ligero predominio de las empresas de menor tamaño (tabla 21).

² J.J. García del Hoyo, M. D. González Galán, F. García Ordaz, M.A. de Paz Báñez, Estimación de los efectos económicos derivados de la actividad del Puerto de Huelva, Univ. de Huelva, 1999.

TABLA 21
DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS POR NÚMERO DE TRABAJADORES. 2002

	Sin Asal.	De 1 a 2	De 3 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 ó más
	52,6%	26,5%	10,0%	4,9%	3,3%	3,7%
Andalucía	53,7%	26,5%	9,9%	4,6%	3,1%	2,9%
Almería	50,5%	29,0%	10,7%	4,6%	3,0%	2,9%
Cádiz	53,6%	26,4%	10,1%	4,5%	3,0%	3,1%
Córdoba	53,2%	26,8%	9,9%	4,7%	3,2%	2,7%
Granada	57,9%	25,4%	8,6%	3,8%	2,5%	2,3%
Huelva	54,2%	26,1%	10,2%	4,3%	3,0%	2,9%
Jaén	53,8%	26,8%	9,8%	4,7%	3,1%	2,2%
Málaga	51,5%	27,9%	10,2%	5,0%	3,1%	3,0%
Sevilla	54,7%	24,9%	9,7%	4,7%	3,3%	3,4%

Fuente: INE. Directorio Central de Empresas (DIRCE) 2002.

Si nos fijamos en la distribución de las empresas por su forma jurídica de constitución, destaca en el caso de Huelva la mayor presencia de empresas cooperativas que suponen casi un 2% de las empresas, frente a la importancia de estas entidades de un 1% en el ámbito nacional o del 1,3% en el caso andaluz. Haciendo resaltar este dato, la creciente importancia de la Economía Social en el empresariado onubense.

En cuanto al dinamismo económico y la posición competitiva, los indicadores de actividad económica elaborados y publicados por *La Caixa* en el *Anuario Económico de 2003*, a partir de la información recogida en las declaraciones del Impuesto de Actividades Económicas, por lo tanto sin incluir el sector agropecuario, sitúan el peso económico de la provincia en 2001 en el 0,08% del total nacional, siendo su población el 1,13% de la española. Esta situación es comparativamente mejor respecto a 1996, cuando el índice de actividad económica era del 0,06%.

El índice de actividad industrial ha crecido en un 37,7% desde 1997, por encima tanto del crecimiento medio andaluz (33,7%) como del nacional (24,1), derivado de las actuaciones realizadas en el Polo Industrial y las actividades realizadas en el Puerto de Huelva.

El índice comercial muestra una distribución que se corresponde con la distribución poblacional por zonas, concentrándose en la franja costera.

En cuanto al Índice turístico, la actividad está algo más repartida, reflejando el mayor dinamismo de las zonas serranas de los últimos años en los que se observa una evolución muy positiva (el índice crece más de un 20%, frente a la caída del 11% en Andalucía), aunque el peso le corresponde a los destinos turísticos costeros, ocupando la franja litoral en su conjunto.

También tendríamos que resaltar, que junto con las actividades industriales vinculadas al complejo químico del Puerto de Huelva, hoy destacaríamos en la economía provincial las producciones agrícolas y ganaderas.

En 1998, se cultivaron más de 7.000 hectáreas de fresones (con una producción que representaba el 80% de la producción española), con una producción valorada en 50.000 millones de ptas., el 40% del valor de la producción agrícola provincial; también se cultivaron 10.000 hectáreas de cítricos, con una producción valorada en 10.000 millones de ptas.

En cuanto a la producción de la ganadería, esta se encuentra en el porcino de elevada calidad y precio, y con una creciente demanda en la UE.



Estos sectores primarios se orientan especialmente hacia mercados de exportación al resto de España o de Europa, y se caracterizan por un esfuerzo de innovación tecnológica que favorece su competitividad, aunque es evidente que al tratarse de desarrollos tecnológicos relativamente fáciles de transferir a territorios con características similares (p. ej. Marruecos en el caso de la fresa y los cítricos, o Extremadura en caso del porcino), suelen ofrecer rentabilidades muy fluctuantes.

Por ello, el factor de cambio y dinamización de la estructura productiva que parece concentrar las expectativas empresariales onubenses, lo constituye el turismo; sector que está lejos de su potencial, en particular por una insuficiente integración con el resto de la economía (los estudios disponibles señalan un grado de satisfacción relativamente bajo del turista, por las insuficiencias de la oferta de ocio y restauración, y la baja relación calidad-precio que corresponde a esta situación de escasez de oferta).

Las relaciones intersectoriales constituyen un factor tradicional de localización, ya que las necesidades de suministros de bienes y servicios intermedios por parte de las industrias, justifican con frecuencia nuevas inversiones productivas. Complementariamente, también se producen fenómenos de externalización de actividades (p.ej. actividades de limpieza, de manutención, o de seguridad) por parte de grandes empresas que dan origen a nuevas empresas. Así, se verifica que las regiones más avanzadas siempre son regiones con un elevado nivel de relaciones intersectoriales, lo que a la vez contribuye muy positivamente a su dinámica de crecimiento cuando se trata de responder a expansiones de la demanda (así, por ejemplo, la demanda turística tendrá mayores efectos multiplicadores en una región capaz de internalizar gran parte de la producción demandada por los turísticos, que en otra región que se limitaría a importar todos los bienes demandados).

Para medir el nivel de interdependencia se requiere como instrumento de observación una tabla *input-output* que existe únicamente a nivel de la región andaluza. Sin embargo, la mayoría de los estudios señalan algunas insuficiencias y carencias. Así, por ejemplo, no existe un desarrollo de la industria de transformación de los productos de la agricultura, de la ganadería, y hasta de la pesca que sea coherente con la cantidad y calidad de la producción primaria onubense.

También puede pensarse que el complejo químico no ha completado aún su desarrollo de productos derivados, o que no está suficientemente integrado con la economía local: aunque se observan importantes relaciones en ciertos servicios que intervienen en los procesos productivos (p. ej. manutención), es probable que sería posible completar la estructura de la industria de transformación que utilizan como principales insumos los productos químicos que emanan del complejo y que hoy se dirigen preferentemente hacia el resto de España.

Es obvio que los recursos naturales, el puerto y el complejo químico constituyen elementos esenciales de la capacidad competitiva de Huelva y pueden favorecer el desarrollo de nuevas iniciativas complementarias, pero también es evidente que la actual estructura productiva no constituye un factor de atracción para la realización de inversiones en sectores industriales avanzados (p. ej., en bienes de equipo o material eléctrico y electrónico), ni tampoco en el sector terciario de apoyo al sector industrial, como la ingeniería, la consultoría o la publicidad (para el cual, Huelva depende de Sevilla y de Madrid).

2.2.2. *El capital intangible de Huelva*

La Sociedad de la Información está cambiando la naturaleza de los factores que determinan la localización de las actividades productivas. Así en el momento presente los nuevos desarrollos del valor añadido y del empleo se concentran en territorios (regiones, provincias, ciudades) que pueden reunir una oferta adecuada de:

- Capital humano.
- Capital tecnológico.
- Y capital organizativo.

Se entiende por capital humano una población con un elevado nivel de educación y de formación adaptada a la aplicación de las nuevas tecnologías (especialmente de las tecnologías de la información); el capital tecnológico incluye una capacidad local de resolver problemas técnicos y de desarrollar nuevos procesos productivos y nuevos productos; el capital organizativo se refiere al funcionamiento sistémico de la Sociedad, a la eficiencia de las administraciones públicas y de los servicios colectivos, a la calidad de vida y a la calidad de las infraestructuras productivas (en especial, de las telecomunicaciones).

Se consideran territorios con elevado potencial de crecimientos aquellos que consiguen reunir niveles elevados de capital humano, tecnológico y organizativo, o sea de capital intangible, y que mantienen procesos de acumulación de este capital intangible. En este sentido, las instituciones de enseñanza, los centros de I+D, y los servicios colectivos, en la medida en que funcionan efectivamente, constituyen elementos esenciales para el desarrollo territorial.

2.2.2.1. El capital humano

2.2.2.1.1. Población, Estructura y Evolución

La población onubense creció en la última década del siglo XX a un ritmo medio anual del 4,2 por mil, por debajo de la media andaluza, que lo hizo al 5,8 (impulsada por el fuerte crecimiento del 16,4 y de 10,3 por mil de Almería y Málaga respectivamente), e incluso de la española que presentó un incremento medio anual del 5⁰/₀₀.

Según el Censo de 2001, Huelva, con 462.579 habitantes es la provincia menos poblada de Andalucía. Además es la que menos densidad poblacional presenta con tan sólo 46 habitantes por Km², casi la mitad de la media autonómica.

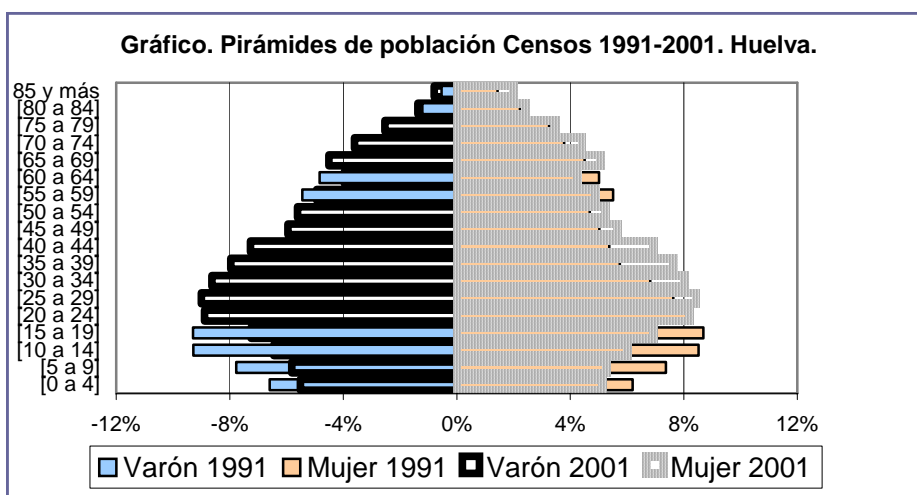
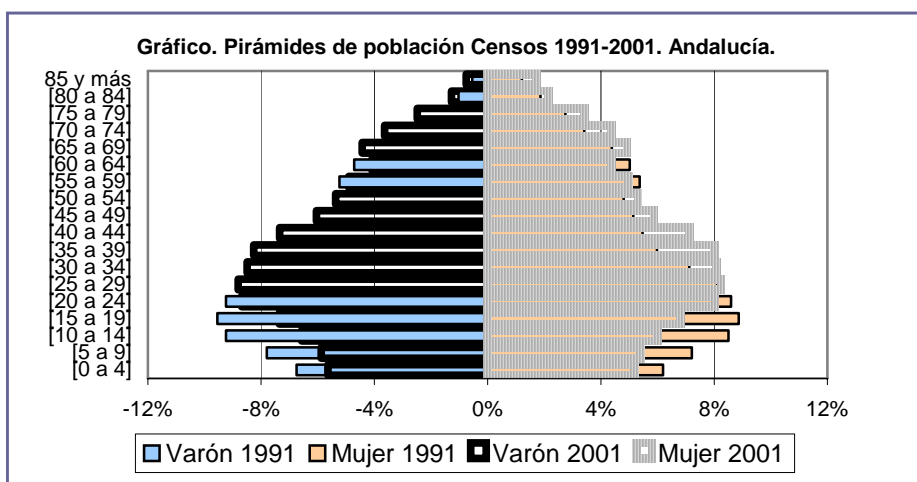
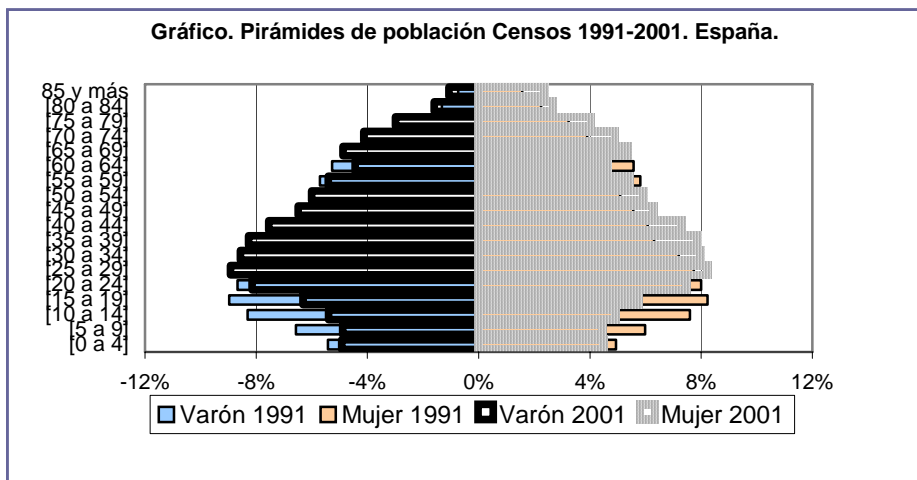
Además, el ritmo de crecimiento, fue algo menor que el que se había dado en la década anterior y, proporcionalmente, como en el caso almeriense, supone un incremento mayor en hombres que en mujeres por el fenómeno migratorio hacia estas provincias motivados por las necesidades de mano de obra en el sector agrícola, eminentemente masculinos durante el periodo considerado, aunque ésta es una tendencia que está cambiando en los últimos años, sobre todo en nuestra provincia, por la mayor presencia de mujeres provenientes de países del Este europeo. En cuanto a la densidad de población son las zonas del norte de la provincia, las menos densamente pobladas y las que presentan menores incrementos, e incluso pérdidas, de población.

Y esta parece ser la tendencia que va a continuar en el futuro, atendiendo a los recientes estudios realizados por el Instituto de Estadística de Andalucía (IEA). En efecto, son las zonas menos pobladas las que se espera que sigan perdiendo población en un futuro inmediato (obsérvese la importante variación negativa esperada de la población femenina en la Sierra) y más intensivamente en la primera mitad del periodo considerado. Las zonas costeras, en cambio, así como el cinturón agro-industrial, son las que ganarán población de forma sostenida en la próxima década. Los resultados de esta proyección de población están muy relacionados con la situación actual de los mercados de trabajo y con los flujos migratorios actuales y esperados.

En cuanto a la estructura de la población, la provincia de Huelva presenta una pirámide con una forma muy similar a las pirámides medias española y andaluza, con una base cuya tamaño se encuentran entre los de las dos anteriores (ligeramente más ancha que la española y un poco más estrecha que la andaluza).

Esta estructura, permite proyectar al IEA un crecimiento medio anual de la población en la provincia del 3,4 por mil hasta el 2011 (incluidos los flujos migratorios), una tendencia más moderada que la que se ha venido dando en las últimas dos décadas que ya se mostraba descendente (5,8 y 4,2 por mil respectivamente).

GRÁFICO 19
PIRÁMIDES DE POBLACIÓN. ESPAÑA. ANDALUCÍA Y HUELVA



Fuente: Observatorio Local de Empleo a partir de datos del Censo de población 1991 y Censo 2001. Instituto Nacional de Estadística.

2.2.2.1.2. El nivel de instrucción de la población

El porcentaje de personas de 16 y más años que no han culminado estudios de Segundo Grado (Bachiller Superior, FP o Estudios Universitarios) en la provincia de Huelva (74,6%) es superior al registrado en el conjunto andaluz (71,1%) y se halla muy alejado de la media nacional (66,2%) poniendo de manifiesto el déficit de los niveles educativos en la provincia. Otra forma de ilustrar esta misma situación es destacando que sólo un 17,3% de la población de 16 o más años ha realizado estudios especializados, sean estos de formación profesional o universitarios, cinco puntos por debajo del porcentaje referido al ámbito nacional.

La tasa masculina en Huelva es la segunda más baja tras Almería, solo el 28,7% de los varones de 23 años están escolarizados (frente a la media española del 33% y la andaluza del 30,8%). Las mujeres, en cambio, presentan una tasa de escolaridad entorno a la media andaluza, aunque tres puntos y medio por debajo de la media nacional.

La tabla 22 muestra los niveles de renta familiar disponible por habitante (RDFH) para el año 2001³. Como se puede apreciar el indicador muestra que la situación en la provincia es similar a la que se observa como media en Andalucía; no obstante, el alejamiento con la media española, que alcanza un nivel de 6, es significativo. Un dato favorable para la provincia onubense es que la renta ha crecido por encima de la media andaluza en la última mitad de la década de los noventa lo que ha facilitado la convergencia mencionada, al menos con el ámbito autonómico.

TABLA 22
RENTA FAMILIAR DISPONIBLE POR HABITANTE. 2001. EVOLUCIÓN 1996-2001

	Índice	Evolución 1996-2001
Andalucía	4	Entre el 25 % y 31 %
Almería	5	Entre el 40 % y 45 %
Cádiz	3	Entre el 31 % y 35 %
Córdoba	3	Entre el 20 % y 25 %
Granada	3	Entre el 25 % y 31 %
Huelva	4	Entre el 31 % y 35 %
Jaén	3	Entre el 20 % y 25 %
Málaga	4	Entre el 40 % y 45 %
Sevilla	4	Entre el 25 % y 31 %

Fuente: Anuario Económico de España 2003. La Caixa.

2.2.2.1.3. El Mercado laboral de la provincia

La población potencialmente activa de la provincia de Huelva, es decir, aquella mayor de 16 años, es del 81,25% de la población, muy similar a la media andaluza, pero 3 puntos por debajo de la media nacional, debido a la influencia de la mayor juventud de la población de la Comunidad Autónoma.

³ Índice de renta familiar disponible (en euros):

1	Hasta 6.400	6	9.700 - 10.650
2	6.400 - 7.300	7	10.650 - 11.500
3	7.300 - 8.225	8	11.500 - 12.500
4	8.225 - 8.800	9	12.500 - 13.500
5	8.800 - 9.700	10	Más de 13.500



En cuanto a la población activa, es decir aquella que bien está ocupada o bien está desempleada (según los cálculos son 199.194 personas), las tasas provinciales también son, como media, dos puntos inferiores a la media nacional, estas diferencias son debidas principalmente a la baja actividad laboral de las mujeres de la provincia que llega al 39,5% (frente al 42,7% nacional). El grupo femenino de edades comprendidas entre 25 y 44 años (la edad laboral central) tiene una tasa de actividad nada menos que seis puntos por debajo de la media nacional. El único grupo que se muestra más activo es el de los jóvenes varones de 16 a 24 años, hecho que a la luz de los resultados reflejados por las tasas de escolarización de la población de 23 años y los niveles de desempleo que presentan no puede ser interpretado muy positivamente.

La tabla 23 nos ilustra perfectamente la situación de las tasas de ocupación de los varones, que duplican a las de las mujeres en el territorio onubense.

TABLA 23
TASAS DE ACTIVIDAD, DESEMPLEO Y OCUPACIÓN POR SEXO Y TERRITORIO

	T. Actividad		T. Desempleo		T. Ocupación	
	V	M	V	M	V	M
España	67,48	42,67	10,98	18,76	60,07	34,67
Andalucía	68,07	40,32	18,16	31,41	55,71	27,65
Huelva provincia	67,51	39,45	17,53	33,43	55,67	26,26
Huelva Capital	67,27	40,68	17,49	27,24	55,51	29,60

Fuente: Censo de población 2001.

En general, el crecimiento del empleo en la provincia (24,17%) ha sido inferior que el que se ha producido como media en el ámbito nacional (30,62%).

En cuanto a la estructura de la ocupación según el Registro de la Seguridad Social el primer hecho destacado es la gran importancia que alcanza en la provincia el régimen agrario, en el cual está afiliado el 37% de los trabajadores, más que en ninguna otra provincia andaluza. Hay zonas, como las de Bollullos o Bonares en que estos porcentajes rondan el 60% de los trabajadores. También es importante, en comparación con otros territorios, el porcentaje de afiliados al Régimen Especial del Mar, que en zonas como Lepe alcanza el 6,6%.

TABLA 24
AFILIADOS EN ALTA Y DISTRIBUCIÓN POR RÉGIMENES Y ÁMBITO TERRITORIAL (30/04/2003)

	Régimen						TOTAL
	General	Autónomo	Agrario	Mar	Carbón	Hogar	
Nacional	12.416.408	2.716.721	1.148.976	75.678	13.830	188.320	16.559.933
%	75,0%	16,4%	6,9%	0,5%	0,1%	1,1%	100,0%
Andalucía	1.709.467	386.071	581.601	10.348	389	16.007	2.703.883
%	63,2%	14,3%	21,5%	0,4%	0,0%	0,6%	100,0%
Almería	138.521	33.897	56.526	957	0	779	230.680
%	60,0%	14,7%	24,5%	0,4%	0,0%	0,3%	100,0%
Cádiz	246.889	45.921	42.745	4.755	0	1.360	341.670
%	72,3%	13,4%	12,5%	1,4%	0,0%	0,4%	100,0%

(Sigue)

(Continuación)

	Régimen						TOTAL
	General	Autónomo	Agrario	Mar	Carbón	Hogar	
Córdoba	148.981	42.729	79.600	0	389	1.328	273.027
%	54,6%	15,7%	29,2%	0,0%	0,1%	0,5%	100,0%
Granada	166.900	45.978	73.588	137	0	1.907	288.510
%	57,8%	15,9%	25,5%	0,0%	0,0%	0,7%	100,0%
Huelva	95.913	20.872	71.798	3.150	0	486	192.219
%	49,9%	10,9%	37,4%	1,6%	0,0%	0,3%	100,0%
Jaén	117.591	33.745	84.794	0	0	755	236.885
%	49,6%	14,2%	35,8%	0,0%	0,0%	0,3%	100,0%
Málaga	370.080	80.917	46.908	1.004	0	4.564	503.473
%	73,5%	16,1%	9,3%	0,2%	0,0%	0,9%	100,0%
Sevilla	424.592	82.012	125.642	345	0	4.828	637.419
%	66,6%	12,9%	19,7%	0,1%	0,0%	0,8%	100,0%
<i>Huelva C.</i>	49.956	5.870	6.176	1.222	0	296	63.520
%	78,6%	9,2%	9,7%	1,9%	0,0%	0,5%	100,0%
<i>Bollullos</i>	4.866	1.830	10.279	0	0	14	16.989
%	28,6%	10,8%	60,5%	0,0%	0,0%	0,1%	100,0%
<i>Bonares</i>	12.134	2.691	21.347	35	0	16	36.223
%	33,5%	7,4%	58,9%	0,1%	0,0%	0,0%	100,0%
<i>Valverde</i>	6.076	1.960	4.596	0	0	38	12.670
%	48,0%	15,5%	36,3%	0,0%	0,0%	0,3%	100,0%
<i>Nerva</i>	1.811	672	923	0	0	11	3.417
%	53,0%	19,7%	27,0%	0,0%	0,0%	0,3%	100,0%
<i>Lepe</i>	12.893	3.737	9.389	1.833	0	56	27.908
%	46,2%	13,4%	33,6%	6,6%	0,0%	0,2%	100,0%
<i>Villanueva C.</i>	2.994	1.114	5.673	59	0	10	9.850
%	30,4%	11,3%	57,6%	0,6%	0,0%	0,1%	100,0%
<i>Calañas</i>	1.075	614	3.121	0	0	4	4.814
%	22,3%	12,8%	64,8%	0,0%	0,0%	0,1%	100,0%
<i>Aracena</i>	2.218	1.086	2.208	0	0	18	5.530
%	40,1%	19,6%	39,9%	0,0%	0,0%	0,3%	100,0%
<i>Cortegana</i>	1.875	888	3.088	0	0	12	5.863
%	32,0%	15,1%	52,7%	0,0%	0,0%	0,2%	100,0%
<i>Otras provincias</i>	15	410	4.998	1	0	11	5.435
%	0,3%	7,5%	92,0%	0,0%	0,0%	0,2%	100,0%

Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social.

Otros datos de enorme interés ofrecidos por la Seguridad Social son los referidos al la distribución de los trabajadores del Régimen General por tipo de contrato y jornada .La temporalidad que aparece recogida en la tabla 25, aún en el improbable caso de que se limitase a ese 51% es muy alta, sobre todo si se tiene en cuenta que la media nacional de este indicador está en torno al 30%, siendo la más elevada de la Unión Europea, cuya media se sitúa en un 13%.



TABLA 25
DISTRIBUCIÓN DE LOS TRABAJADORES DEL RÉGIMEN GENERAL
POR TIPO DE CONTRATO Y JORNADA

	Completa	%	Parcial	%	Total	%
Indefinido	31.536	44,9%	5.218	34,5%	36.754	38,3%
%	85,8%		14,2%		100,0%	
Temporal	38.761	55,1%	9.918	65,5%	48.679	50,8%
%	79,6%		20,4%			
No consta	—		—		10.480	10,9%
Total	70.297		15.136		95.913	100,0%

Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social.

Si analizamos los datos emanados del INEM, la situación reflejada por el paro registrado asciende a 18.488 personas como media durante el año 2002. El primer hecho que salta a la vista cuando se analizan estos registros es que el 54,28% de los desempleados registrados son desempleadas. El desequilibrio que refleja este porcentaje se pone aún más de manifiesto cuando se tiene en cuenta que la tasa de actividad de las mujeres es sustancialmente menor que la de los varones.

Por otro lado, uno de cada cinco parados registrados es menor de 25 años (y eso considerando que los estudiantes menores de esa edad que buscan su primer empleo han sido depurados). Por sectores, como era de esperar, resulta muy significativo el porcentaje de desempleados del sector agrícola, que representa el 13% (y que no se refiere a los trabajadores que percibe un subsidio, ya que éstos son contados a parte). Otro dato llamativo es el desempleo de primera búsqueda, que representa el 22% de los desempleados.

En cualquier caso, los datos más preocupantes proceden del análisis de las cualificaciones. El 80,13% de los parados registrados no dispone de una cualificación específica y el 28,5% de ellos demandan un empleo que no requiere cualificación. Potenciando la afirmación realizada con antelación donde sobresaie el déficit en formación que sostiene la provincia de Huelva.

2.2.2.2. El capital tecnológico

Como el conjunto de las regiones menos desarrolladas de España, Huelva no dispone de una infraestructura adecuada de I+D, ni existe una tradición investigadora.

Esta situación tiene serias posibilidades de mejora bajo el doble impulso de las inversiones comunitarias (programas para el desarrollo de la I+D en las regiones Objetivo 1) y de la consolidación de la investigación aplicada universitaria.

Existen importantes necesidades de esfuerzo tecnológico innovador en los sectores productivos tradicionales de la agricultura, de la pesca (piscicultura), y en el sector del turismo en el que también se requieren nuevas tecnologías en infraestructuras y en servicios. Estas necesidades pueden y deben justificar esfuerzos intensos de I+D, aunque es evidente hoy en día que estas necesidades pueden ser cubiertas mediante la importación de tecnologías ya existentes, que es lo que con más frecuencia está ocurriendo en Huelva, Andalucía o España en su conjunto.

En el contexto de la Sociedad de la Información, es evidente que las nuevas tecnologías están íntimamente vinculadas a los nuevos desarrollos productivos (comercio electrónico, telemedicina, tele-enseñanza, etc.) y que la existencia de núcleos investigadores en este amplio campo (que cubre los ordenadores, las telecomunicaciones y la microelectrónica) constituyen en consecuencia uno de los más importantes factores de localización de las empresas.

Una vez más, si la situación actual de Huelva no es especialmente aleccionadora en este campo, no hay duda que la evolución natural de la Universidad la llevará a actuar en un próximo futuro como motor del cambio tecnológico.

2.2.2.3. El capital organizativo

Al incluir en el capital organizativo tanto el funcionamiento de los sistemas operativos (transportes, comunicaciones, administraciones) como la gestión de la calidad de vida (medio ambiente, sanidad, enseñanza) no parece que Huelva disponga de ventajas comparativas en este ámbito.

Los sistemas operativos de Huelva tienen niveles de eficiencia comparables a los de otras provincias y ciudades andaluzas y a los de otras regiones europeas de Objetivo 1, y en términos de elementos de calidad de vida siguen existiendo serios problemas ambientales, y los estudios de desplazamiento urbanos detectan una cierta dependencia del sistema sanitario de la capital Sevillana.

Debido a la proximidad geográfica de Sevilla, puede en todo caso argumentarse que el desarrollo del capital organizativo onubense recibe el complemento positivo de la mejora de los sistemas sevillanos, que ha sido muy importante durante la última década.

En conclusión, esta panorámica de la situación del capital intangible y de sus procesos de acumulación en Huelva, no ofrece factores relevantes para el desarrollo futuro de actividades “modernas” vinculadas a la Sociedad de la Información o del Conocimiento, aunque es evidente que esta situación es común en el conjunto de las regiones del Objetivo 1 de la CE, y también es evidente que los márgenes para actuaciones positivas del sector público son muy importantes.

3. OPORTUNIDADES DE INVERSIONES PRIVADAS Y PÚBLICAS

3.1. Consideraciones de prospectiva

El inicio del siglo XXI se caracteriza por una profunda transformación del entorno de Huelva. Ciudad y provincia de Andalucía, Huelva se integra en la Unión Europea, un gran mercado único que funciona en base a la subsidiariedad: las decisiones deben tomarse en los niveles institucionales en los que se presentan los problemas y las oportunidades, y la responsabilidad del futuro de Huelva es, ahora más que nunca, una responsabilidad local. Es en base a este principio que la descentralización administrativa de España y Andalucía transfiere competencias decisionales cada vez más amplias a las provincias y a los municipios.

Con nuevas responsabilidades y nuevos poderes de decisión, los márgenes de actuación de los agentes locales aumentan; así la reflexión prospectiva y estratégica se presenta como un instrumento indispensable para la orientación de las decisiones de futuro que toman las AAPP, las empresas o las instituciones sin ánimo de lucro del Tercer Sector.

En el marco de este proyecto sobre Oportunidades para invertir en Huelva, se ha realizado un estudio prospectivo Huelva 2025 centrado en la aplicación de una metodología europea de prospectiva (metodología EASW) en el marco de unas jornadas en las que participaron funcionarios, empresarios, técnicos y ciudadanos, y cuyo funcionamiento y principales resultados se describen en la TERCERA PARTE.

El procedimiento EASW ha intentado extraer de una gran diversidad de visiones individuales sobre el futuro de Huelva, una visión central, necesariamente general, pero mayoritariamente consensuada. Es evidente que la visión de Huelva 2025 que resulta de este estudio prospectivo, ha sido enriquecida por los numerosos puntos de vista representados en las Jornadas, y que aunque no pueden ser interpretados como estadísticamente representativos de un inconsciente colectivo, sí presenta la originalidad de todo trabajo realizado en común, con procedimientos rigurosos de búsqueda del consenso como mínimo denominador común.



El punto de partida de este análisis prospectivo Huelva 2025 consiste en una interpretación previa de las grandes tendencias del entorno de Huelva, que ya han sido descritas en primera aproximación en el apartado anterior de este Informe:

- La revolución tecnológica de la Sociedad de la Información.
- La globalización.
- Y la integración europea.

También se han analizado en ese mismo apartado, los factores de competitividad territorial segregando la formación de activos materiales del desarrollo de activos intangibles.

El resultado puede resumirse como sigue:

- Huelva dispone de unas dotaciones de recursos naturales, de infraestructuras y de estructuras productivas que todavía no han llegado a sus máximos potenciales (con la excepción probablemente de la minería y de la pesca). Existen las condiciones mínimas para la continuación de un desarrollo endógeno en actividades características de la Sociedad Industrial, tal como el que se ha podido verificar a partir de la creación del polo de desarrollo de Huelva, situándose las mejores perspectivas en la agroindustria y en el turismo.
- Los recursos humanos, tecnológicos y organizativos para un desarrollo más avanzado de la industria y de los servicios que caracterizan la Sociedad de la Información y su entorno de globalización, son todavía escasos, aunque la Universidad y proximidad de comunicaciones con Sevilla y Madrid pueden facilitar su ulterior desarrollo.

Conscientes de esta situación, los participantes en las Jornadas han delineado una Huelva 2025 con una imagen positiva, en la que han combinado los recursos materiales con los recursos intangibles, las tendencias y el voluntarismo. En el fondo, esta imagen positiva de futuro corresponde a lo que podíamos denominar una “Huelva deseable”, o sea un escenario que aportaría el máximo bienestar a los diferentes grupos sociales y agentes económicos del territorio.

Tres son los vectores de esta Huelva deseable:

- Un territorio que ofrece calidad de vida a sus habitantes, en la ciudad y en su entorno provincial.
- Un sistema productivo y una logística de transportes y comunicaciones con un marcado aspecto industrial.
- Y un desarrollo turístico perfectamente integrado en el territorio.

Estos vectores del contenido de una Huelva 2025 en el ámbito de lo deseable son los que justifican las oportunidades para las inversiones públicas y privadas y para la creación de empleo, que se detallan en el siguiente apartado.

3.2. Estrategias y oportunidades

3.2.1. Mejora de la calidad de vida en Huelva.

Todos los estudios realizados en el pasado sobre los indicadores de calidad de vida concluyen que este concepto es esencialmente territorial, o sea que su contenido se refiere al entorno próximo del ciudadano (funcionamiento de los transportes, de la sanidad, de la educación, carga medioambiental, protección social, etc.). Al ser este entorno próximo una representación de la vida colectiva, es evidente que en este campo la democracia y los poderes públicos juegan un papel primordial.

Conseguir que Huelva mejore su calidad de vida depende de decisiones públicas que en algunos casos se toman a nivel nacional (p. ej., seguridad social), pero que con el tiempo se están concentrando en las manos de administraciones locales.

Una novedad importante de la sociedad postindustrial reside en el papel que juegan precisamente en la calidad de vida, las actuaciones del sector privado con o sin ánimo de lucro, y las fórmulas diversas de cooperación entre iniciativas privadas y públicas (PPP: parternariados público-privados).

En consecuencia, para conseguir una mejora de la calidad de vida en Huelva, se trata de aprovechar, por el sector público, el privado o el mixto, las oportunidades que este proceso de mejora pone inmediatamente en evidencia:

A) Nuevos yacimientos de empleo

Estas oportunidades se refieren en primer lugar a los llamados Nuevos Yacimientos de Empleo, con terminología de la Comisión Europea, y que describen en la tabla 26, y que han sido estudiados detalladamente para Huelva y para el resto de las provincias andaluzas por el Sistema Estadístico de Andalucía (2000)⁴.

TABLA 26
LOS ÁMBITOS DE LOS NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO

Ámbitos	Subámbitos
Los servicios de la vida diaria	
1. Los servicios a domicilio	Labores domésticas Atención personal (3.ª edad, enfermos...)
2. El cuidado de los niños	Guarderías y jardines de infancia Cuidado a domicilio Servicios de ocio infantil
3. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación	Servicios telemáticos (formación a distancia, telemedicina, vigilancia domicilios) Teletrabajo Servicios a los hogares (servicios administrativos)
4. La ayuda a los jóvenes en dificultad y la inserción	Lucha contra el fracaso escolar Prevención de criminalidad y del consumo de droga Inserción laboral
Los servicios de mejora del marco de vida	
5. La mejora de la vivienda	Renovación de inmuebles (fontanería, calefacción, tejados...) Mantenimiento de viviendas y servicios conexos
6. La seguridad	Servicios en espacios públicos Servicios a empresas Servicios a las familias Vigilancia en las fincas
7. Los transportes colectivos locales	Actividades directas de transporte colectivo local Actividades derivadas y complementarias: Abastecimiento, empresas multiservicios, asociaciones locales de autobuses y taxis Acompañamiento (niños, 3.ª edad, personas con discapacidad) Información y seguridad

(Sigue)

⁴ Instituto de Estadística de Andalucía, nuevos Yacimientos de Empleo en Andalucía, situación actual y potencial de crecimiento y empleo, estudio realizado por el Centro de Estudios Económicos de la Fundación Tomillo, Sevilla, 2000.

(Continuación)

Ámbitos	Subámbitos
8. La revaloración de los espacios públicos urbanos	Renovación de cascos urbanos Acondicionamiento y mantenimiento de espacios públicos y zonas verdes
9. Los comercios de proximidad	Supervivencia de los comercios del medio rural Comercio ambulante en zonas rurales y urbanas periféricas Implantación de comercios de proximidad en las ciudades
Los servicios culturales y de ocio	
10. El turismo	Turismo rural (agroturismo...) Nuevas formas de turismo Turismo cultural (montajes teatrales en lugares históricos...)
11. El sector audiovisual	Producción y distribución de películas (medio de difusión cultural y turístico) Producción y distribución de programas de televisión (televisiones locales)
12. La valorización del patrimonio cultural	Restauración y creación de emplazamientos Conservación y mantenimiento de emplazamientos Difusión de la cultura
13. El desarrollo cultural local	Creación artística y difusión Nuevos oficios (escuelas de canto, mediadores del libro...)
14. El deporte	Educación Deporte profesional y de espectáculo Acompañamiento social Forma física y deportes de aventura Sector conexos Comercio, producción de materiales, bienes de consumo deportivos sector audiovisual
Los servicios de medio ambiente	
15. La gestión de los residuos	Recogida selectiva Recuperación Reciclaje
16. La gestión del agua	Gestión de las infraestructuras Tecnología y consulting Mejora en la gestión del agua
17. La protección y el mantenimiento de las zonas naturales	Servicios de mantenimiento (Limpieza de bosques y reforestación) Otras actividades derivadas (Producción de bienes agrícolas, Servicios de ocio)
18. La normativa , el control de la contaminación y sus instalaciones	Suministro de bienes y servicios relacionados con las tecnologías menos contaminantes (filtración...) Tecnología y consulting Gestión contra la contaminación e investigación
19. El control de la energía	Mejora del control de la energía (aislamiento de las construcciones) Asesoramiento energético (consumidores, particulares...) Nuevas fuentes de energía (solar, eólica, madera, basuras domesticas...)

Fuente: Comisión Europea de Estudios Económicos de la Fundación Tomillo.

Cabe destacar a título de ejemplo, en el caso de Huelva las siguientes oportunidades:

Ámbito 1: Servicios a domicilio (incluye labores domésticas y atención personal): entre las 125.000 familias onubenses se detectan 29.000 que señalan necesidades, con una demanda potencial por parte de 14.600 familias, y una demanda efectiva de 9.300 familias (60%). Los servicios de atención personal requieren en gran medida apoyos públicos (ayuntamientos), pero su realización puede ser de carácter empresarial privado.

- Ámbito 2:* Cuidado de los niños (incluye guarderías, cuidado a domicilio, servicios de ocio infantil): 28.000 familias onubenses tienen niños menores de 15 años, de las que 5.300 manifiestan tener necesidades de cuidados de niños, y 1.300 realizan una demanda efectiva (el 100% de la demanda potencial). La producción de estos servicios se reparte por mitades entre las empresas privadas y la economía social (cooperativas), y se refiere siempre a unidades productivas muy pequeñas (menos de 6 trabajadores) y con la estacionalidad característica de los sistemas productivos y educativos.
- Ámbito 8:* Revalorización de los espacios públicos urbanos: la utilización de estos espacios es algo superior en Huelva a la media andaluza; destaca el uso de paseos (60% de las familias), plazas públicas (51%), parques y zonas verdes (46%), calles peatonales (44%) y polideportivos (34%). La disponibilidad y la calidad ambiental de estos servicios colectivos, función esencialmente pública, puede justificar iniciativas empresariales complementarias (p. ej., jardinería).
- Ámbito 10:* Desarrollo del turismo local: de las 125.000 familias onubenses, 86.000 señalan necesidades de turismo cultural, con una demanda efectiva por parte de 65.000 familias (el 90% de la demanda potencial); 69.000 señalan necesidades de turismo rural, con una demanda efectiva de 41.000 familias; y 81.000 señalan necesidades de turismo natural, con una demanda efectiva de 55.000 familias. En este ámbito el desarrollo es esencialmente privado tanto en el gasto, como en la prestación de los servicios. En el conjunto de Andalucía, la economía social (cooperativas) representa el 14% de las empresas suministradoras de estos servicios. Muchos empresarios en este campo se han beneficiado de programas de apoyo al autoempleo y han colaborado en las estructuras administrativas de desarrollo local.
- Ámbito 15:* Gestión de recursos: en Huelva el 63% de las familias tienen contenedores próximos, y el 100% de las familias que todavía no tienen acceso a ellos los utilizarán. En el conjunto de Andalucía, un 53% de las familias están interesadas en la recogida no gratuita a domicilio de basuras, textiles y escombros. En este ámbito, existen relativamente grandes empresas junto con pequeñas iniciativas constituidas por parados de larga duración (regulación de la economía sumergida).
- Ámbito 17:* Protección y mantenimiento de las zonas naturales: las familias onubenses consideran en un 57 % (media andaluza: 49%) que las zonas naturales están bien cuidadas. Las actividades de protección y mantenimiento incluyen las aulas de naturaleza, los talleres ambientales, los servicios de guías, la reforestación y repoblación de especies autóctonas, etc. Se trata de un sector en el que participan activamente las instituciones características del Tercer Sector (cooperativas, fundaciones, asociaciones), y en el que la iniciativa privada parte de una detección de necesidades no satisfechas.

Todos estos ejemplos ponen en evidencia la importancia para la calidad de vida de los servicios personales de proximidad en los que intervienen de manera predominante el autoempleo y las microempresas, pero que necesita políticas públicas activas (p. ej., subvenciones) para su plena eclosión.

B) Infraestructuras para la calidad urbana

Junto con estas acciones de desarrollo de los servicios personales, las políticas públicas deben necesariamente incluir proyectos de infraestructura que mejoren la calidad de vida; así, en Huelva capital *la transformación del puerto interior para adaptarlo a las nuevas necesidades de ocio, deporte y turismo*, es un proyecto que mejoraría la apertura de la ciudad al mar y contribuiría positivamente a la disminución de la contaminación y al desarrollo sostenible.



Los proyectos de este tipo es cada día más necesario plantearlos como iniciativas de partenariado público-privado (véase por ejemplo, el caso paradigmático de los muelles de Londres) en las que se combinan exigencias de rentabilidad económica y financiera con rentabilidades sociales más amplias.

C) Servicios colectivos de educación y sanidad

Calidad de vida implica cohesión social, solidaridad y cultura de la convivencia, junto con excelentes servicios sociales. Un proyecto de futuro de Huelva debe intentar situar la calidad de servicio de la educación y de la sanidad a los niveles más elevados, y también en este caso las soluciones de carácter público-privado y en especial las intervenciones propias del Tercer Sector (asociaciones, cooperativas, fundaciones) deberían ofrecer amplias oportunidades para la iniciativa empresarial.

D) Calidad de vida y proyectos de futuro de Huelva

Servicios personales de proximidad, infraestructuras urbanas, protección del medio ambiente, servicios de educación que favorezcan la igualdad de oportunidades, servicios de salud son elementos de un concepto amplio de calidad de vida, y al mismo tiempo son generadores de empleo y de bienestar económico. La dificultad en este ámbito se sitúa en la elevada participación de las Administraciones Públicas que se requiere y la evidente escasez de medios de estas mismas instituciones. Por ello, el aspecto fundamental para la mejora de la calidad de vida se sitúa en la identificación de fórmulas eficientes de participación de entidades privadas, con o sin ánimo de lucro, para la realización de la mayoría de los proyectos, fórmulas que sean capaces de conciliar el interés social con el interés económico.

Durante los próximos años, en el nuevo entorno de la globalización, la calidad de vida será un factor determinante de la localización de actividades productivas y de empleo, y por ello serán necesarias soluciones idóneas al marco institucional de cada territorio.

En el caso de Huelva, es evidente que su inscripción en el marco de apoyo comunitario (regiones Objetivo 1) ofrece en principio posibilidades de apalancamiento (sumando a los fondos comunitarios, otros fondos públicos españoles y andaluces, y, en la medida de lo posible, otros fondos privados) que deberían ser utilizadas preferentemente para este objetivo prioritario de mejora de la calidad de vida.

3.2.2. *Un sistema logístico y productivo industrial*

El sistema logístico de Huelva y en especial su puerto, han favorecido un desarrollo de industrias de transformación de productos básicos importados que ha creado serios problemas medioambientales, pero que sigue siendo un factor esencial para el desarrollo urbano provincial.

Consecuencia lógica de las preocupaciones de calidad de vida urbana mencionada en el punto anterior, es de esperar que se desarrolle durante los próximos años un concepto de puerto moderno y competitivo, respetuoso del medio ambiente (un Eco-puerto), centrado en la zona del puerto exterior. De esta manera, se podrían seguir desarrollando las actividades industriales básicas sin interferencias con el desarrollo sostenible de los centros urbanos y del turismo.

Para que el puerto pueda seguir siendo un motor primordial del crecimiento económico de Huelva, se requiere completar su valor logístico, en particular mejorando las comunicaciones y transportes con Portugal y el hinterland onubense. Una operación de este tipo podría incluir la creación de polígonos industriales en diferentes puntos de la provincia de Huelva, en los que se llevaría a cabo en particular el desarrollo de la industria agroalimentaria y de otros recursos naturales como el corcho.

Con esta infraestructura y con los servicios logísticos conectados a ella (servicios de transporte y comunicaciones, servicios financieros y de seguros, servicios de consultoría) existirán en Huelva bases adecuadas para competir con otras regiones andaluzas, españolas o portuguesas en la industria manufacturera de transformación.

Es evidente que el peso de la función de desarrollo y promoción de esta infraestructura logística recae sobre la autoridad portuaria, que dispone de todos los elementos necesarios para atraer inversiones públicas y movilizar capitales privados.

3.2.3. *Un turismo integrado en el territorio*

Junto al turismo tradicional de la serranía, se ha desarrollado en Huelva un importante turismo “sol y playa” que no ha alcanzado todavía el nivel del resto del litoral andaluz, pero que está en plena expansión. Se es consciente en la sociedad onubense que nos encontramos en un momento crucial para el futuro de este sector, y que es esencial aprovechar los parajes naturales como vector de crecimiento. No se trata únicamente de preservar la calidad del medio ambiente, si no de utilizar esta calidad como factor de atracción para el turismo español y del resto de Europa, y como factor de diversificación de la oferta actual. Desde la serranía hasta el mar, Huelva ofrece una diversidad de atractivos suficientes para un turismo amante de la naturaleza.

Junto con este turismo de naturaleza, puede desarrollarse un turismo muy rentable, con raíces culturales, atraído por la oferta de servicios y equipamientos culturales y de ocio. En este sentido, cabe la posibilidad de utilizar el estilo de vida sureño, y la proximidad cultural de Huelva con el continente suramericano, para crear una imagen positiva de Huelva en Europa como puerto de América Latina (concentración temática cultural, exposiciones, manifestaciones artísticas, etc.). Una imagen simple pero diferenciable es indispensable para identificar un territorio con una oferta cultural.

Las oportunidades tanto en el campo del turismo de naturaleza como del turismo cultural son muy grandes; puede decirse que, a pesar del grado de desarrollo alcanzado por el turismo en Huelva, en realidad todo está por hacer.

En este sentido, para movilizar las inversiones privadas que hagan realidad estas oportunidades son indispensables unas políticas públicas, tanto en materia de ordenación territorial y gestión del medio ambiente (política indispensable para que se consoliden iniciativas privadas, con frecuencia sin ánimo de lucro), como en materia de promoción y de creación de imagen. Sin este marco de iniciativa pública, es más que probable que la iniciativa privada se dedique únicamente a explotar los núcleos de mercado más obvios (turistas extranjeros con un nivel de renta medio que gozan vacaciones estivales de sus centros de trabajo, concentradas en el tiempo y de elevada densidad) que en buena medida tienen una escasa rentabilidad social (la rentabilidad financiera elevada de los inversores está compensada por la escasa rentabilidad económica y social debido al reducido efecto multiplicador en el territorio -consumos esencialmente importados- y al coste de la lucha contra la contaminación ambiental). Si el turismo consiste únicamente en una explotación de recursos naturales que, en ciertos casos no son ni recuperables, no puede ser un verdadero motor de desarrollo de una región; para que así sea, es importante establecer una política proactiva que promueva nuevas oportunidades con elevadas rentabilidades conjuntamente financieras, económicas y sociales.

3.3. Políticas de estímulo de las nuevas oportunidades de desarrollo empresarial

Las observaciones finales relativas al turismo ponen en evidencia la importancia para el desarrollo de las oportunidades de inversión y empleo en Huelva de unas políticas públicas proactivas, con un diseño a largo plazo.

Si se define una estrategia territorial proactiva en el marco de la globalización, como una estrategia que intenta potenciar la diversidad estimulando los procesos de acumulación del capital inmaterial (tecnología, educación-formación, finanzas y organización), es obvio que esta requiere una amplia concertación entre AAPP, empresas, agentes sociales, universidad y sociedad civil en general. Sin embargo, el peso principal de la organización y el estímulo de esta concertación recaen sobre las AAPP, que se ven así obligadas a redefinir sus funciones: a las funciones tradicionales de gestión del patrimonio público, de desarrollo de las infraestructuras y de producción de servicios colectivos, conviene sumarle ahora una función estratégica de apoyo a la competitividad territorial de los sistemas productivos locales.



Esta nueva función de las AAPP territoriales puede resumirse en tres ejes de actuación:

- El eje de la innovación, en el que se incluyen todas aquellas actuaciones que permitan rebajar el coste del proceso innovador de las empresas (política de investigación tecnológica, fiscalidad de la innovación, compras públicas, legislaciones progresivas para la protección del medio ambiente, etc.).
- El eje de la acumulación, tanto de capital productivo como de capital tecnológico, humano y de infraestructuras (políticas educativas y de formación profesional, políticas de I+D, actuaciones privado-públicas en inversiones de interés colectivo, etc.).
- El eje de la productividad, en el que se incluye la eficiencia de los servicios públicos, la regulación de los mercados de productos y de factores, siempre con el objetivo de facilitar el óptimo económico.

La característica esencial de estos ejes es que implican actuaciones coordinadas por parte de diferentes agentes públicos (autonómicos y municipales, y dentro de estos ámbitos, de diferentes departamentos), y que requieren participación de otros agentes económicos y sociales: son políticas complejas.

Para las AAPP, forzadas a reorganizar sus mecanismos de funcionamiento, la adopción de estas estrategias proactivas, también implica un cambio de filosofía, ya que muchas de las iniciativas-promotoras tendrán su origen en el exterior (universidad, empresas, sociedad civil) y las AAPP se verán obligadas a adoptar una posición de segundo nivel.

En cualquier caso, el margen de maniobra de que dispone una capital provincial y una provincia en el sistema territorial español parece suficiente para el impulso de una estrategia territorial proactiva.

Huelva está buscando un equilibrio entre la modernización de su pasado reciente industrial y el desarrollo de una economía de servicios, en gran parte basada en las tecnologías de la Información, y que incluye, como hemos visto:

- Servicios personales de proximidad, vinculados al Tercer Sector.
- Servicios medioambientales.
- Servicios de formación y sanidad.
- Servicios a las empresas y servicios de logística.
- Servicios culturales y de ocio.
- Y servicios turísticos.

Estos nuevos desarrollos industriales y terciarios (sin olvidar el importante papel que la agricultura seguirá jugando en la estructura productiva onubense) requerirá:

- a) Un proceso de acumulación del conocimiento, de acumulación de capitales intangibles mediante:
 - El enriquecimiento educativo y formativo de la población, en particular en el campo de las nuevas tecnologías de la Sociedad de la Información.
 - La adquisición, transformación y desarrollo de nuevas tecnologías.
 - El aprovechamiento de la capacidad organizativa de las instituciones y la mejora permanente de los sistemas operativos.

- b) un proceso de planificación y gestión participativa en relación con el entorno de calidad de vida y la infraestructura productiva:
- Planes estratégicos (urbanos, municipales, provinciales o de agentes motores como el Puerto).
 - Ordenación del territorio y planes de infraestructuras.
 - Planes de protección y recuperación medioambiental y de transportes.

Estos dos procesos, indispensables para un desarrollo sostenible de carácter glocal requieren un esfuerzo conjunto de las Administraciones Públicas, la Universidad, el Tercer Sector y las empresas, un esfuerzo que modifique políticas, pero también actitudes. Así, la administración Pública debería erigirse en líder de la adopción de nuevas tecnologías, en líder de la innovación, rompiendo con la cultura tradicional del funcionariado y del subsidio; la Universidad debería abandonar la torre de marfil en la que a veces se encierra, para aportar nuevas formaciones y nuevas soluciones tecnológicas; el Tercer Sector debería erigirse en promotor del desarrollo sostenible, y de la lucha contra la exclusión social y la pobreza; y finalmente la empresa debería poder aprovechar las innumerables oportunidades de negocio que se ofrecen en Huelva, adoptando las mejores prácticas y divulgando así los mejores valores del espíritu empresarial.

Si Huelva, en su camino hacia el 2025, consigue así aunar voluntades de todos los agentes, en un verdadero Partenariado Público-Privado, no se perderán ninguna de las oportunidades que hoy ofrece la agricultura y la agroindustria, la industria básica y de transformación, los servicios a las empresas, los servicios personales y el turismo.

PARTE TERCERA

LAS JORNADAS DE PROSPECTIVA HUELVA 2025

1. INTRODUCCIÓN

Esta TERCERA PARTE del documento describe los resultados de un estudio de prospectiva participativa.

Las Jornadas de Prospectiva Huelva 2025 fueron organizadas el 7 y 8 de abril de 2000, siguiendo una Metodología EASW que se describe en el Anexo al final del Informe.

El Programa de las Jornadas se reproduce a continuación así como la lista de participantes y el equipo técnico que, bajo la dirección de la Dra. Teresa Rojo, organizó el evento.

En un primer capítulo de esta TERCERA PARTE se describe el contexto del evento, tal como fue transmitido a los participantes en las Jornadas para ponerlos en situación para el trabajo común de prospectiva.

En un segundo capítulo se describen las actividades de los participantes en las Jornadas para elaborar escenarios de futuro, y en el tercer capítulo para identificar posibles líneas de acción. Un cuarto capítulo resume algunas conclusiones más generales del estudio, al final de la SEGUNDA PARTE.

Las Jornadas de trabajo en Huelva se desarrollaron siguiendo este programa:

Día 7 de abril de 2000

- 9:00 Inscripciones, café.
- 9:30 Presentación del tema y del método a cargo de Manuela A. de Paz; Emilio Fontela; Joaquín Guzmán, M^a de la O Barroso y Teresa Rojo.
- 10:30 Debate.
- 11:30 Pausa, café.
- 12:00 Grupos sociales. Objeto: Generar visiones sobre el futuro del trabajo /negocios en Huelva en el 2025.
- 14:00 Comida en común.
- 15:30 Sesión plenaria de resultados. Objeto. Consensuar un escenario deseable común.
- 16:30 Introducción al método 2^a parte, café.

Grupos Temáticos. Objetivo: proponer actuaciones concretas, destacando el cómo y el quién de las mismas y acordar prioridades.
- 19:00 Sesión plenaria. Objetivo: consensuar un programa de acción común.

Día 8 de abril de 2000

- 11:00 Presentación y debate interno de resultados.
- 12:30 Debate público: resumen de las jornadas y presentación a los medios de comunicación.
- 13:30 Fin de las jornadas y copa de despedida.

Monitores EASW: Teresa Rojo; Gaspar García; Alain Labatut, Antonio Gallardo; Ana Barbeito y Carlos Aguirre.

2. EL CONTEXTO DEL EVENTO

2.1. Los Procesos de cambio técnico y social en curso

Con la década de los *noventa* nos dirigimos, casi sin darnos cuenta, hacia un nuevo modelo de sociedad, “la sociedad ecológica y de la información”.

Esta sociedad contempla dos nuevos paradigmas:

- El paradigma de la innovación tecnológica.—Ya no se concibe competir sin innovación. Las empresas están tratando de adaptarse. La renovación, por la obsolescencia de los productos y procesos en el mercado, se ha acelerado considerablemente gracias a las nuevas tecnologías disponibles.
- El paradigma de la sostenibilidad ecológica.—La calidad del entorno natural ha adquirido un valor y coste de reposición creciente. Las actividades productivas y otras actuaciones consumidoras de recursos naturales están incitadas a minimizar el coste de deterioro irreversible de estos recursos y preservar o regenerar para las generaciones siguientes.

<p>LA SOCIEDAD ECOLÓGICA Y DE LA INFORMACIÓN</p> <p>Sus nuevos paradigmas</p>
<p>LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA</p> <p>LA SOSTENIBILIDAD ECOLÓGICA</p>

La crisis de la sociedad de consumo

La boyante sociedad de consumo y del Estado de bienestar, que alcanzó su máxima expresión en los años *sesenta* en los países occidentales ha entrado ya en un declive sin retorno. Su funcionamiento se basa en el predominio de las leyes de mercado para proporcionar bienes y servicios y no cabe duda que se alcanzaron así mejoras considerables en el nivel de vida medio para estos países como pueden atestar cualquier persona con más de 60 años. Teniendo sus intereses a corto plazo, las reglas del mercado pueden acabar siendo insostenibles.

Los efectos perversos y límites⁵ de esa forma de desarrollo socio-económico se pusieron sobre todo de manifiesto con acontecimientos tales como:

- a) La nueva revolución informática y tecnológica (Emilio Fontela⁶, 1998), junto con la crisis y reorganización de los sectores industriales y mercados de trabajo de los años *setenta* y *ochenta*. El impacto de estos acontecimientos sobre el empleo ha sido analizado en diversos estudios (Santos M. Ruesga⁷, 1992) que referencian la pérdida de casi 2 millones de puestos de trabajo industriales en España, entre 1975 y 1985.
- b) La sociedad de consumo gasta muchos recursos cuyos costes no se valoraban debidamente antes, por parecer abundantes. Un modelo de sociedad que gasta tanta energía, agua y que genera demasiados desechos a corto o largo plazo de vida, tales como las basuras, los vertidos de aguas sucias a ríos y mares, la

⁵ En 1972 se publicó el famoso libro del Club de Roma, de Meadows et al., titulado “Los límites del crecimiento”.

⁶ Ricardo Petrella y Emilio Fontela (1998). Prólogo y epílogo al libro “Los trabajadores del conocimiento” por Rainald von Gizycki, Wolfgang Ulrici y Teresa Rojo. Editado por la Fundación Universidad Empresa, la Fundación Airtel y BT Telecomunicaciones, Madrid 1988.

⁷ Santos M. Ruesga (coordinador). Economía y Trabajo. Ed. Pirámide, Madrid 1992.

les como las basuras, los vertidos de aguas sucias a ríos y mares, la contaminación del aire, etc. está insostenible en el tiempo (generaciones siguientes) y en el espacio (globalización). La crisis de la actual sociedad empezó por el enrarecimiento y seguirá por el encarecimiento de recursos cuya limpieza y tratamiento cuesta mucho dinero.

- c) Un tercer acontecimiento que caracteriza la decadencia de la sociedad del bienestar y del consumo es el encarecimiento de los servicios públicos gestionados por las Administraciones Públicas. Esto ha repercutido en la subida considerable de los impuestos y tasas, a pesar de lo cual la gestión pública es deficitaria e insatisfactoria para el usuario. Los servicios públicos han tendido a convertirse en grandes entidades con estructuras organizativas complejas que escapan al control ciudadano y sin embargo resultan muy permeables a la presión de los oligopolios. Ej. La sanidad.

Decadencia de la Sociedad de Consumo y del Estado de Bienestar. ¿Por qué?
--

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Nueva revolución informática y tecnológica. Crisis industrial: renovación de productos y procesos.• Excesivo despilfarro de recursos y generación de residuos y contaminación.• Encarecimiento de los servicios gestionados por el sector público. |
|--|

Estamos por tanto en fase de transición de un sistema societal a otro, cuyos rasgos se dibujan en la innovación tecnológica y la sostenibilidad ecológica. Es el momento de mayor incertidumbre debido a que los nuevos valores o principios de funcionamiento todavía no han impregnado el tejido social retrasando nuestro necesario proceso de adaptación.

La sociedad actual está pasando por unos cambios muy profundos en estilos de vida, costumbres y relaciones sociales. Y esto se siente mayormente en las grandes ciudades, lugares de residencia de la mayor parte de los hogares.

2.2. Cambio de tendencias en política urbanística. (Recomendaciones de los organismos internacionales)

Las políticas municipales también han de adaptarse necesariamente a los nuevos objetivos de un desarrollo sostenible y sociedad de la información.

La ciudad es un ecosistema, que mantiene un grado de apertura al exterior (alerta al cambio externo y del entorno) y de intercambio con su entorno (sociedad abierta), pero con identidad o cultura propia.

El urbanismo de los años sesenta y setenta se centró en la dotación de suelo e infraestructuras para satisfacer las necesidades básicas de la localización industrial y la vivienda en expansión. Los años “sesenta” y primeros “setenta” fueron los de expansión de las manufacturas y del uso del automóvil.

La polémica de los planes y la política municipal se focalizaba hacia reservar suelo para vivienda, para centros culturales, en la creación del transporte público, la cesión de terrenos para parques y zonas deportivas en las urbanizaciones, en definitiva, en lograr el cumplimiento del conjunto de estándares e indicadores de calidad urbanística que se consolidaron en la Ley del Suelo de 1975.

Nuevas tendencias urbanas tras la crisis industrial de 1970-1980

La crisis industrial de los 1970-1980 se cebó especialmente en las ciudades grandes y medias, haciéndose inmediatamente perceptible una ralentización y (en algunos casos) regresión poblacional.



Por otra parte, diversos estudios⁸ pusieron en evidencia que la innovación tecnológica estaba encontrando en las ciudades los recursos de conocimiento. Así se observaba que las sedes de las grandes empresas y los laboratorios de investigación tendían a asentarse en las ciudades grandes, mientras que la nueva fabricación se trasladaba a las periferias metropolitanas o regionales (de menor coste de los factores).

La estrategia urbanística, para sacar provecho de esta tendencia, fue la de impulsar la creación de suelo de oficinas en las ciudades importantes, rehabilitar los centros históricos y acondicionar terrenos para parques tecnológicos⁹. Por otra parte, en las periferias y espacios intersticiales, se propiciaba la creación de pequeñas aldeas industriales o espacios para acoger a la pequeña empresa que subcontrata o distribuye la producción de las grandes. Son estrategias que han acompañado sin gran esfuerzo a las tendencias del crecimiento o de reajustes tras la crisis de los años “setenta” y “ochenta”.

La década de 1980 finalizó con grandes cambios: en 1989 caía el muro de Berlín y con él se ponía en evidencia el fracaso y dificultad de adaptación al cambio de las economías planificadas por minorías técnicas o políticas.

Las ciudades ante los retos del desarrollo sostenible y la innovación

Se produjo en la década de los años “noventa” un cambio de perspectiva sobre las ventajas y competitividad de las urbes. Un papel clave está prometido al ciudadano. Por ejemplo, la calidad de vida medioambiental y social-cultural han pasado a ser los mayores atractivos para atraer residencialmente a los trabajadores del conocimiento del terciario avanzado, sector en crecimiento por excelencia.

Desde los organismos internacionales, se viene elaborado un conjunto de recomendaciones relativas al papel de las ciudades en el desarrollo económico de los próximos años.

El organismo internacional pionero en fomentar investigación desde dicho enfoque es la Organización de Naciones Unidas –Programa para el desarrollo y el medio ambiente–; logrando un gran impacto internacional en la Conferencia celebrada en Río de Janeiro (Brasil) de 1992 y la Comisión Europea (CE) con sus programas de Prospectiva Tecnológica (DG-XII), de Ciudades Sostenibles (DGXI), y ya más concretamente con los programas VALUE e INNOVACION (DGXIII-D).

En el momento que vivimos y tras la *Cumbre Mundial* sobre Desarrollo y Medio Ambiente, las recomendaciones estiman que el desarrollo socio-económico debe llevarse a cabo desde una perspectiva integral contando con la implicación ciudadana o de grupos sociales y mediante formas de cooperación horizontal o descentralizadas¹⁰.

- Por perspectiva integral, se entiende un enfoque de la planificación y de la gestión en asuntos medioambientales que considera los factores político, económico, social y medioambiental de manera conjunta, ya sea en el contexto político o en el ámbito de la planificación y gestión urbana. Se recomienda que las decisiones relativas a un sector dado (el económico, asuntos sociales, energía, transporte, presupuesto, etc.) tengan en consideración el aspecto medioambiental, y el impacto que pueden tener en ese sector. Para ser efectiva, esta aproximación “integral” debe implementarse a través de las decisiones políticas, así como a través de medidas presupuestarias e impositivas¹¹.

⁸ Véanse los distintos números de la revista Estudios Territoriales del Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo publicados entre 1983 y 1986. También Manuel Castells.

⁹ Manuel Castells y Peter Hall. Las tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI. Alianza Editorial, 1994.

¹⁰ Informe de “The cities environment kit” editado por Ciudades Unidas.

¹¹ Sobre la manera de medir los impactos medioambientales se ha avanzado mucho en los últimos años y se van introduciendo progresivamente formas de “contabilidad ecológica”. Otros conceptos que se manejan son la “capacidad de carga” del medio (G.Hardin o W.Catton) o “la huella ecológica de las ciudades” (Mathis Wackernagel).

- Por implicación ciudadana se entiende la implementación activa de la participación ciudadana, es decir dar acceso a la ciudadanía (o a través de grupos sociales) a información relevante y facilitar la participación en la toma de decisiones y en la aplicación práctica de esas decisiones. Especialmente la intención de la Agenda 21 (programa resultante de la conferencia de Río de la ONU) es la de capacitar a los menos privilegiados o a los grupos que suelen estar menos representados en las tomas de decisiones, como a las mujeres, los niños y las comunidades endógenas (locales), para que expresen sus visiones.
- Por promoción de la cooperación horizontal y descentralizada se entiende favorecer la colaboración directa entre los actores institucionales y sociales para la ejecución de proyectos, como forma de intercambio eficaz de saberes y experiencias así como para disminuir los costes de estos proyectos.

Dentro de las recomendaciones citadas destaca la participación ciudadana o de grupos sociales en la construcción de visiones de futuro y planes de acción para la ciudad. Se consideran piezas de reflexión en las que las Administraciones públicas locales deben apoyarse para lograr cumplir con el mandato genérico de mejorar las condiciones de vida de la población; tanto por la información que aportan como por la necesidad de educar y implicar a la ciudadanía en la gestión de los servicios públicos y el ahorro de recursos, cara al siglo XXI. (Informe de Expertos sobre las Ciudades Sostenibles. CE-DGXI, Informe de la O M S sobre las ciudades saludables).

Desde la *Comisión Europea*, varias direcciones generales han reflexionado sobre el papel de las ciudades en el desarrollo de los próximos años. El informe de expertos de la DGXI sobre las ciudades sostenibles se ha convertido en libro de consulta obligada para todo político o gestor urbano que se precie de estar al día.

Para afrontar los retos del futuro, desde las instituciones de la Unión Europea como la Dir. Gen de Empresas se les recomienda a los actores sociales, seguir una doble estrategia:

1. Aumentar la sensibilidad social hacia la solución de los problemas, para conseguir que los colectivos sociales se impliquen en resolverlos (implementar instrumentos como las Jornadas de prospectiva EASW CE-DGXIII-D u otros¹²).
2. Construir capacidad tecnológica innovadora movilizandando la capacidad técnica e industrial local para resolver los problemas nuevos con soluciones nuevas (centros de enlace para la Innovación).

La carta de Aalborg de la CE y la Conferencia de Barcelona de la ONU sobre ciudades Mediterráneas

Tras la conferencia de Río se han sucedido las reuniones internacionales que han tratado el problema de la sostenibilidad en las ciudades. Entre las últimas destacan la de Aalborg (Dinamarca) promovida por la Comisión Europea, así como las conferencias específicas sobre las ciudades de países mediterráneos, como la Conferencia de Barcelona de Naciones Unidas de 1995 y su Plan de Acción Mediterráneo¹³.

Esta última concluyó recomendaciones específicas de actuación para promover el desarrollo sostenible en las ciudades Mediterráneas; actuaciones tales como las siguientes:

¹² En los últimos años se han puesto en auge creciente la creación de consejos de participación pública (por ejemplo: los Consejos de Sanidad en Andalucía, los Consejos de Participación Municipal como el Ayuntamiento de Barcelona, etc.).

¹³ Los planes de acción del Mediterráneo son programas de actividades acordados entre los países que participan en estas conferencias organizadas principalmente por el Programa de Medioambiente de Naciones Unidas (PNUED), la primera de las cuales tuvo lugar en 1975 en Barcelona y dio nacimiento al Plan Azul (estudio prospectivo) y el primer Plan de Acción del Mediterráneo. En las conferencias que han seguido a esa primera, la de Túnez y de Barcelona, han colaborado también la Comisión Europea y la Banca Mundial.



- Promover programas de planificación urbana que tengan en cuenta los aspectos medioambientales, mediante la elaboración de diagnósticos del medioambiente urbano.
- Promover políticas urbanas dinámicas dirigidas: al ahorro de energía, los sistemas de transporte no contaminantes, asegurar métodos efectivos de gestionar los residuos, el uso del agua de manera sostenible y hacer más atractivas las infraestructuras urbanas.

En la última conferencia de ciudades sostenibles celebrada en Hannover en Febrero del 2000, la Comisión Europea, DG.XI presentaba los indicadores Europeos comunes “Hacia un perfil de Sostenibilidad Local” para caracterizar de manera comparativa la sostenibilidad urbana, en lo siguiente:

TABLA 27
INDICADORES PARA LA SOSTENIBILIDAD LOCAL

Indicador	Principio de sostenibilidad de referencia
SATISFACCIÓN DE LOS CIUDADANOS CON LA COMUNIDAD LOCAL	La satisfacción general de los ciudadanos con varios aspectos del municipio
CONTRIBUCIÓN LOCAL AL CAMBIO CLIMÁTICO GLOBAL	Emisiones de CO ₂ (a largo plazo se traducirá en medición de la huella ecológica)
MOVILIDAD LOCAL Y TRANSPORTE DE PASAJEROS	Distancias diarias de transporte de viajeros y modos de transporte
DISPONIBILIDAD DE ÁREAS VERDES PÚBLICAS Y SERVICIOS LOCALES	Acceso ciudadano a zonas verdes públicas próximas y servicios básicos
CALIDAD DEL AIRE EXTERIOR	Número de días con calidad del aire buena y saludable

Fuente: Traducido del folleto “Towards a local sustainability profile, European Common Indicators”. Technical Report, DG Environment, European Commission, Expert Group on the Urban Environment, Hannover, February 2000.

*Las ciudades como centros de innovación y liderazgo del desarrollo regional en Europa*¹⁴

Pero además tienen interés los enfoques sobre el papel de la ciudad en la innovación tecnológica y el crecimiento económico regional así como la manera participativa de concretar su estrategia. A continuación recogemos una cita literal de un informe de la Comisión Europea al respecto.

La oportunidad de las ciudades es buena porque las nuevas políticas de desarrollo tienen que ver con la evolución del sector del “conocimiento”. Las actividades del “conocimiento” son cada vez más sensibles al entorno por lo que la influencia local es grande.

El sector de conocimiento funciona mejor cuando está bien integrado en la cultura local, no sólo en un sentido físico o espacial sino integrado en el tejido social, funcionalmente, psicológicamente, culturalmente y estéticamente.¹⁵

Pocas ciudades o regiones son conscientes de sus competencias específicas, de la naturaleza y estructura de sus recursos de conocimiento, o de su importancia en el sentido tanto económico como intelectual. Tampoco son conscientes de sus problemas o la necesidad de anclarlos estrechamente con la cultura local.

¹⁴ Del informe “the future of European cities, the role of science & technology” elaborado por R.Drewett, R.Knight, U.Schubert, en marzo de 1992. Editado por Monitor- FAST DGXII, Bruselas 1992 (FOP 306).

¹⁵ El hecho de que los recursos del conocimiento están basados culturalmente no significa que haya que tomarlo gratuitamente y al contrario, deben ser cuidadosamente nutridos. Sus necesidades requieren especial atención porque cada tipo de cultura de conocimiento es diferente y la cultura dominante puede bien inhibir el desarrollo de ciertos tipos de conocimiento, nuevos valores y nuevas mentalidades.

El reto de los noventa es transformar las ciudades en lugares innovadores e intencionales, humanizando y democratizando la ciencia y la tecnología y creando entornos de alta calidad para vivir y trabajar. La idea de desarrollo basado en el conocimiento se presenta como un marco para repensar el papel de las ciudades, para reconceptualizar el desarrollo de la ciudad en términos más cualitativos, y para enfocar la atención hacia la necesidad de crear culturas de cooperación en la ciudad y a nivel regional que sean soporte de aprendizaje, innovación y creatividad.

Las ciudades necesitan crear nuevos tipos de ventajas a través de las inversiones prudentes en sus recursos de conocimiento y culturales. Desarrollar y valorizar la base de conocimientos locales o nuevos tipos de planificaciones tales como las polis-multinacionales o las tecnópolis como algunas naciones están haciendo. Lo que es necesario es reforzar las ciudades existentes haciéndolas más intencionales¹⁶ y más habitables.

Todas las ciudades tienen recursos de conocimiento; la realización de sus potenciales de desarrollo pueden lograrse mediante una evaluación cuidadosa de sus recursos básicos de conocimiento en la región e identificando esos atributos de su medio ambiente que son críticos para su desarrollo ulterior.

Si las ciudades van a realizar su potencial o transformarse en una fuerza de desarrollo en Europa, tienen que ser más activas, tienen que hacerse más voluntariosas e intencionales, tienen que proporcionar liderazgo a su sistema regional de ciudades en un contexto Europeo y global. Esto significa que las ciudades tienen que ser capaces de pensar como ciudades en el sentido pleno de la palabra, pensar en el contexto de la nueva Europea y pensar en el futuro.

Las ciudades tienen que *crear visiones cívicas estratégicas* que reflejen sus fortalezas, valores y ambiciones particulares, así como las intenciones colectivas de la región. También necesitan construir capacidades nuevas que son necesarias para gestionar el desarrollo intencional, ej. crear un consenso, para movilizar recursos, y tomar iniciativas importantes requeridas para realizar sus objetivos.

(texto traducido del informe síntesis "The future of European Cities. The role of science and technology" de los autores R. Drewett, R. Knight y U. Schubert, editado por el Programa FAST-Monitor de la Comisión Europea, Dir. Gen.XII. (FOP306) en Marzo de 1992 en Bruselas, página 128.

2.3. Grandes retos para Huelva

El estudio sobre los Yacimientos de Empleo en que se enmarcan estas Jornadas parte de la idea central de que los nuevos yacimientos están en las empresas. Por lo tanto, lo primero que se hace es un diagnóstico de la empresa de la Huelva actual. Hay que completar el estudio con lo que se puede hacer a la vista de las oportunidades para nuevas actividades productivas.

¿Qué será Huelva en el 2025?

La pregunta que se plantean estas Jornadas es qué será Huelva en el 2025, pudiendo imaginarse:

- ¿Una ciudad industrial alrededor de un gran puerto europeo como pueden serlo hoy Dunkerque o Valencia?.
- ¿Una ciudad de la California europea?.
- ¿O un modelo de calidad de vida y desarrollo sostenible?.

De lo que se trata al formularse esa pregunta es de llegar a vislumbrar ¿qué oportunidades ofrece el futuro, pero también qué obstáculos y qué tendencias? Se asume que el futuro de Huelva se construye en Huelva.

¹⁶ Desarrollo intencional es básicamente un proceso de aprendizaje colectivo; un dialogo continuo entre todos los actores de la ciudad y la región es esencial. El proceso tiene que estar abierto y bien orquestado y los participantes tienen que disponer de la oportunidad de estar bien informados sobre los eventos. Las comunicaciones entre las organizaciones de base local, ciudadanos y administradores públicos tienen que ser constructivas de manera que las intenciones colectivas puedan ser articuladas, una visión cívica creada, y decisiones estratégicas adoptadas sobre cómo posicionar la ciudad en la Nueva Europea.



¿Quiénes van a definir el futuro de Huelva? ¿quiénes son los expertos? ¿profesores? ¿funcionarios? ¿empresarios? ¿jóvenes? ¿o todos? Todos sabemos algo sobre el futuro de Huelva. Es necesario ponerlo en común.

Huelva tiene características geoestratégicas bien definidas. Es parte de España y de Andalucía o sea de las zonas europeas que están más directamente en contacto con el Norte de África y con Iberoamérica, y que por ello tienen una misión internacional bien definida. Huelva es necesariamente puerta europea para estos dos continentes.

También son España y Andalucía zonas climáticas especialmente adaptadas para el desarrollo agrícola de tipo mediterráneo y para el desarrollo turístico.

Por ello, en Andalucía, Huelva encuentra su marco competitivo:

- Con Algeciras, para las actividades logísticas de comercio con Iberoamérica y el Norte de África.
- Con Almería –en materia de agricultura mediterránea–.
- Con costa del Sol: en materia de turismo
- Y en el plano exterior con Marruecos, que también puede desarrollar el turismo y una agricultura exportadora.

Huelva necesariamente se verá afectado por estos tres desarrollos:

1) La Sociedad de la Información. La nueva economía

Se observan ciclos largos injerenciados por la tecnología. Los próximos 25 años es probable que correspondan a un periodo de expansión en el ciclo. En el epicentro de este nuevo ciclo de expansión se encuentran las tecnologías del nuevo paradigma de la Sociedad de la Información: ordenadores, microelectrónica, telecomunicaciones. Este conjunto de tecnologías: acorta las distancias, acercan la información, acercan los servicios y acercan a los competidores. Es como cuando en el siglo XIX se construía una vía férrea.

- Huelva en el 2025 estará más cerca de Sevilla, de Madrid y de Tokio.
- Huelva estará más cerca de otros centros de información y de poder y de riqueza o de necesidad en tiempo real:
 - Operación en Houston
 - Intervención en un mercado financiero en igualdad de condiciones.
 - Exportar servicios de bomberos.
- Huelva estará en el círculo virtuoso de expansión de la Sociedad de la Información o fuera de él.

2) La globalización

Resultado de la Sociedad de la Información, del acercamiento de los mercados y la globalización de las empresas. Las producciones emigran a otros lugares buscando un contexto de capital intangible.

De esta forma se convierte el capital intangible en la base indispensable para el desarrollo endógeno y consigue marcar la diferencia.

3) El desarrollo sostenible

El desarrollo sostenible busca la compatibilización entre los límites globales de la ecología humana y la calidad de vida a nivel global. En este contexto, el medio ambiente es factor de com-

petitividad y la calidad de vida impulsa los servicios de proximidad que ofrecen múltiples oportunidades de empleo.

Atendiendo a estos pilares básicos, en el caso concreto de Huelva se sugiere que sea abordados en los grupos temáticos (segunda parte de las jornadas), los siguientes temas como resultado del primer diagnóstico sobre Huelva (SEGUNDA PARTE del Documento).

Tema 1: Huelva, ciudad logística

- Posibilidades de mayor actividad del Puerto en su papel geo-estratégico en el sur de España y Portugal; alternativa para Algeciras (containers).
- Posibilidades de una gestión privatizada del Puerto, como elemento de una nueva dinámica onubense.
- Desarrollo de servicios de transporte, almacenamiento, acondicionamiento, y primera transformación industrial de productos de consumo y bienes duraderos.

Entidad promotora de proyectos para fomentar estas oportunidades: el *Puerto de Huelva*.

Tema 2: Huelva en la Sociedad de la Información

- En base a un capital humano adecuado (que Huelva ya empieza a tener) es posible utilizar las nuevas tecnologías de la Información como un elemento dinamizador de la actividad local.
- Oportunidades de spin-offs universitarios en base a Internet y a las nuevas tecnologías de informática (software para ciber-cafés, portales turísticos, bases de información ciudadana, comercio electrónico, sistemas de teletrabajo conectados con el resto de España, etc.).
- Promoción del e-comercio para turistas; utilización de Internet para la comercialización de la oferta turística.
- Informatización del terciario avanzado (servicios profesionales) en conexión con el resto de España.
- Las Administraciones Públicas onubenses en la Sociedad de la Información; gestión descentralizada; bases de datos; bases de información. Alfabetización informática de la población onubense. Internet en la Educación y la Sanidad.

Entidad promotora de proyectos para fomentar estas oportunidades: la *Universidad de Huelva*.

Tema 3: El desarrollo sostenible de Huelva

- El concepto de desarrollo sostenible es esencial para la mejora de la calidad de vida y ofrecen numerosas oportunidades de empleo ("yacimientos de empleo" en su aserción más restrictiva) en actividades de mercado, de no-mercado, o en proyectos conjuntos público-privados.
- Actividades urbanísticas de recuperación de ambientes urbanos. Jardinería. Selección, reciclaje de residuos. Energías alternativas. Oportunidades de creación de servicios productores vinculados a la mejora de la calidad de vida.
- Servicios personales de proximidad; tratamiento de la drogadicción; asistencia social en materia de discriminaciones y malos tratos; inserción de inmigrantes; asistencia a discapacitados y ancianos.

Entidades promotoras de proyectos para fomentar estas oportunidades: *las ONG; las AAPP*.

Tema 4: Otras oportunidades

- Agro-industria: Aplicaciones de los nuevos desarrollos de las bio-tecnologías.
- Turismo: Centros de ocio que proyectan una imagen específica de Huelva (p.ej. en relación con el descubrimiento y las culturas iberoamericanas).
- Construcción: promoción de edificios e infraestructuras inteligentes.

3. TALLER SOBRE ESCENARIOS

Después de las presentaciones en la sesión plenaria inicial, los participantes se distribuyen en grupos de trabajo para desarrollar sus propias visiones de posibles negocios y empleos en Huelva, 2025. Dependiendo de su área de competencia (es decir de su actividad profesional e intereses personales), cada participante es afectado a uno de los 4 grupos sociales: empresario, experto, administrativo/político, ciudadano.

En cada uno, las secuencias de trabajo fueron las siguientes:

- El moderador explica el funcionamiento del grupo de trabajo y sus objetivos y responde a las preguntas abiertas.
- El participante reflexiona de manera individual con el fin de generar sus visiones personales del futuro.
- Estas visiones son presentadas por sus valedores y organizadas (esclarecidas, comentadas, etc.) por el grupo.
- Las visiones generadas por el grupo son clasificadas (vía una votación individual) por orden de importancia, cada participante teniendo un mismo número de puntos a distribuir entre todas.
- A partir de las visiones más emergentes (con un máximo de 5), se confeccionan posters destinados a la presentación de los resultados del grupo en sesión plenaria.

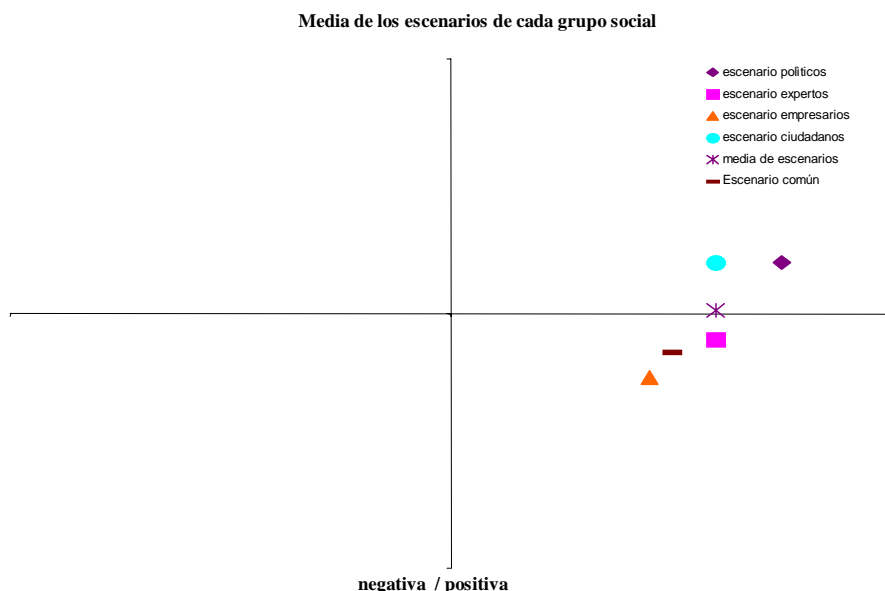
A continuación y para cada grupo, presentamos:

- La lista de los nombres de los participantes y del moderador.
- La lista de las ideas seleccionadas (máximo de 5) para su posterior presentación en la sesión plenaria¹⁷.
- El gráfico del escenario automático y
- Un breve análisis de estos resultados.

La posición relativa de cada escenario se refiere a dos ejes que evalúan el aspecto negativo/positivo y el carácter social/económico de las visiones seleccionadas en los grupos. El escenario automático se obtiene por la valorización (de 1 a 5) de las (máximo 5) visiones seleccionadas con estos criterios.

¹⁷ La lista completa de las visiones generadas en cada grupo social se encuentra en el punto A1 al final de esta Tercera Parte.

En el siguiente gráfico, el escenario de cada grupo está señalado por una figura geométrica así como la media de los mismos y el escenario común vislumbrado en sesión plenaria.



Existe una dispersión mínima entre los escenarios vislumbrados por los 4 grupos sociales lo cual acredita una cierta similitud en la visión del futuro para Huelva en 2025. La media de los cuatro escenarios confirma que el futuro es claramente positivo (puntuación: 4,2) y con un equilibrio entre la dimensión social y económica (puntuación: 3). Respecto a este último parámetro, el escenario de los empresarios es el que más se orienta hacia la economía mientras los escenarios vislumbrados por los ciudadanos y por los políticos favorecen la dimensión social.

3.1. Visiones de los ciudadanos y asociaciones ciudadanas

Monitor EASW: Gaspar García Campano

Grupo de Trabajo: CIUDADANO

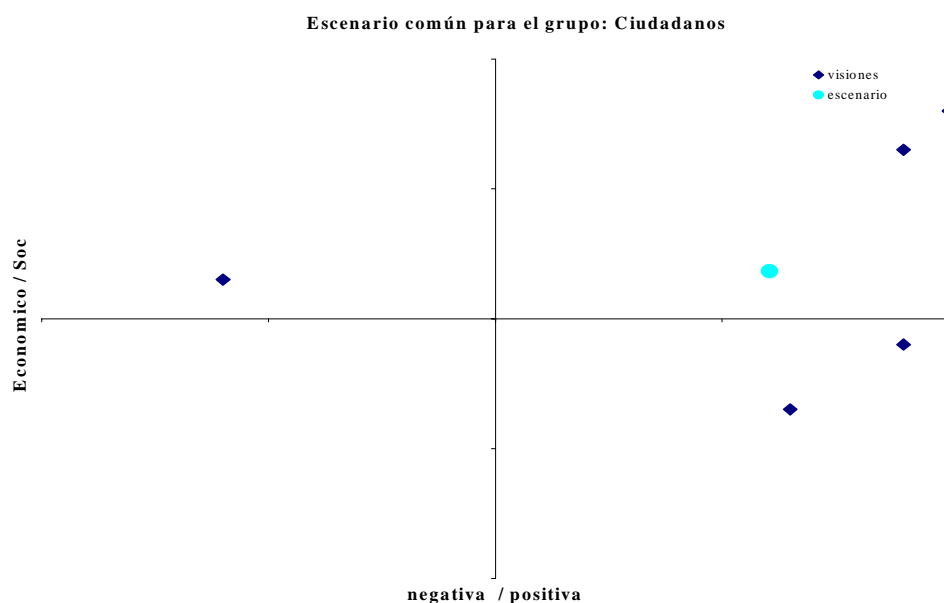
- Fernández Alamo, José Luis
- García Romero, Luisa
- González González, Carlos
- Martín Daza, Manuela
- Peco Torres, Eugenio R.
- Fernández Gaya, Yolanda

Lista de visiones generadas por el grupo CIUDADANO, por orden de importancia:

Grupo Ciudadanos: Visiones del futuro más determinantes para negocios y empleo en Huelva 2025.	votos
Compensación entre zonas deprimidas y desarrolladas, en cuanto al desarrollo.	11
Cohesión social: participación y convivencia	8
Falta de planificación en la Formación	6
Dualización económica y social	6
Educar buenos ciudadanos	6

El grupo de los ciudadanos puso de relieve la dimensión social en las oportunidades de negocios y empleos en Huelva, 2025. Estas visiones hablan de compensar el desarrollo desequilibrado y de educar y formar (mejor planificación) buenos ciudadanos para una mayor cohesión social y con el fin de evitar una dualización económica y social.

Este escenario es característico de un lugar portuario en donde la separación entre la clase obrera y la clase dirigente ha sido siempre muy marcada. Esta situación perjudica al desarrollo de negocios y oportunidades de empleos por excluir del desarrollo toda una clase social. Por lo tanto, el objetivo de aumentar la cohesión social se basa en la educación y la formación planificada y se manifiesta por una mayor participación y convivencia.



Solo la falta de formación planificada oscurece un panorama juzgado globalmente positivo. Algunos aspectos fundamentalmente sociales han sido considerados par fomentar los negocios y crear empleos en la Huelva del 2025.

3.2. Visiones del empresariado

Monitores EASW: *Ana Barbeito & Carlos Aguirre*

Grupo de Trabajo: EMPRESARIOS

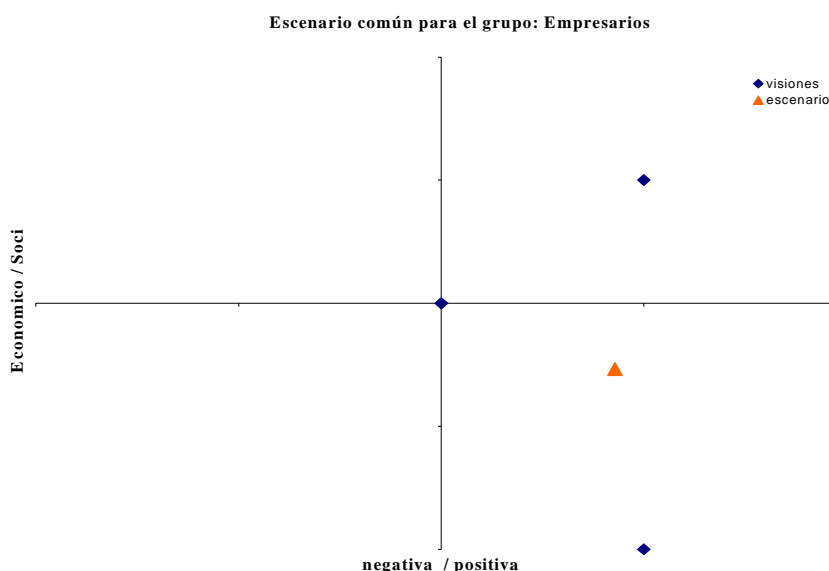
- Abarquero Crespo, Emilio
- Barba, Rafael
- Blanco Barbado, Juan José
- Domínguez Martínez, Manuel
- Jurado Martín, Antonio
- Paz Bañez, Julián de
- Ruiz Ballesteros, Esteban
- Velasco Nevado, Jesús

Lista de visiones generadas por el grupo EMPRESARIOS, por orden de importancia:

Grupo Empresarios: Visiones del futuro más determinantes para negocios y empleo en Huelva 2025.	votos
Turismo compatibilizado con la industria y el respeto medioambiental	20
Creación de valor añadido en productos de química básica. Nuevas industrias químicas	14
Puerto de Huelva: pesquero con mejora de calados, turístico y con nuevas industrias y servicios de contenedores	12
Nueva clase/ cultura empresarial	10

El grupo de los empresarios valorizó principalmente el actual potencial económico de Huelva a la hora de proyectarse en el futuro, 2025. Se trata, por orden de importancia, del turismo, del polo químico y del puerto.

En estas visiones, aparece la noción de *compatibilidad* entre las actividades turísticas y la industria y el medioambiente, el *valor añadido* de nuevos productos químicos y la *re-orientación de actividades* para el Puerto.



En el gráfico del escenario automático, 2 de las 4 visiones seleccionadas (n2 y n3) por el grupo de empresarios, el puerto y las industrias químicas, son consideradas sobre todo de carácter económico. La reorientación de los servicios ofrecidos para el primero y el cambio de productos para el segundo aparece como la solución para crear nuevos negocios y empleos en estas dos actividades económicas básicas de Huelva. La perspectiva de cambios en las actividades del puerto es muy buena.

Las actividades turísticas (n1) compartidas con las actividades económicas anteriormente mencionadas y con el respeto al medioambiente, constituyen el reto socioeconómico menos garantizado en términos de éxito. Por fin, una nueva clase de empresarios (n4), más consciente y respetuosa de los retos sociales y medioambientales debe pilotar estos cambios previstos en los negocios de la Huelva del futuro.

3.3. Visiones del sector político

Monitor EASW: *Antonio Gallardo Urbano*

- Grupo de Trabajo: POLÍTICOS
- García López, M.^a Josefa
- Redondo Toronjo, Dolores

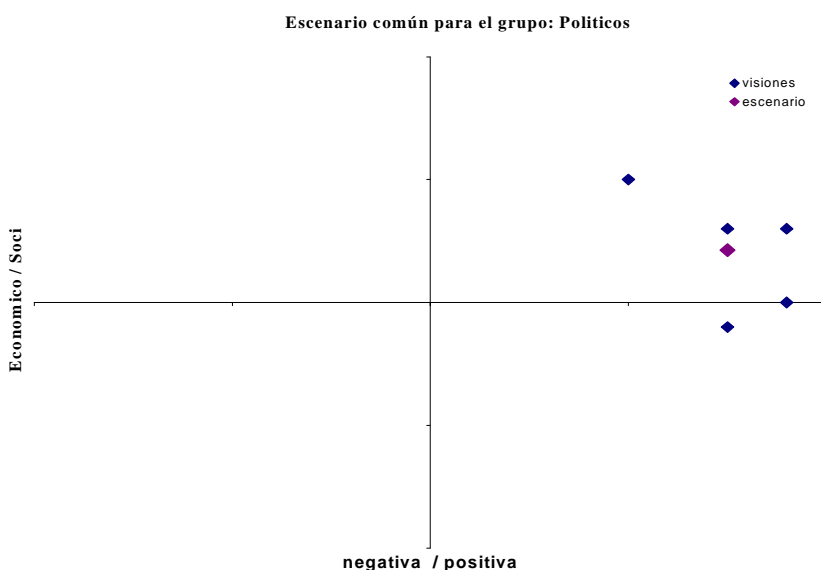
- López García, Carmen
- Fontela, Emilio

Lista de visiones generadas por el grupo POLÍTICOS, por orden de importancia:

Grupo Políticos: Visiones del futuro más determinantes para negocios y empleo en Huelva 2025.	votos
Centro y nudo turístico entre Europa y América Latina; Forma de ser sureña, etc.	6
Cambio en la mentalidad del consumidor: Búsqueda de un consumo de más calidad	6
Universidad y centros de enseñanza como motor de la economía, con nuevas tecnologías	5
Desarrollo del puerto; deportivo, viajeros, limpieza de residuos. Apertura a la ciudad.	4
Administración pública líder de la innovación. Desarrollo de la sociedad de la comunicación	4

El grupo de los políticos y administrativos proyectan un cambio de sociedad en el 2025 y han expuesto las áreas de competencia de los servicios públicos en cuanto a la creación de negocios y empleos. Este grupo trata también de hacer conocer el potencial turístico de la zona de Huelva así como el carácter sureño de sus habitantes y de fomentar un consumo de calidad.

Los motores de este escenario son la Administración, la Universidad y el Puerto dentro de una política de apertura a la ciudad. Por tratarse de un cambio de sociedad, la administración ha de liderar este paso hacia una sociedad de la comunicación, apoyándose en la universidad para el uso de nuevas tecnologías.



Las visiones seleccionadas por el grupo de los políticos son muy positivas y con un pronunciado carácter social para tres de ellas (la n2, 3 y 4). Su carácter sureño y su localización son los principales argumentos para potenciar la ciudad como centro turístico. El Puerto debe ofrecer servicios de viajeros para estas perspectivas turísticas así como desarrollar relaciones con la ciudad y sus habitantes.

Implicar a la Administración y las estructuras formativas (Universidad y centros de enseñanza) son dos medios vislumbrados por este grupo para fomentar los negocios y empleos en Huelva, 2025. Igualmente, se constituyen los dos actores principales para que Huelva integre la sociedad de la información, de la innovación y de las nuevas tecnología. La sociedad del consumo ha desaparecido en 2025 en donde ahora se privilegia el criterio de calidad.

3.4. Visiones de los expertos

Monitor EASW: *Alain Labatut*

Grupo de Trabajo: EXPERTOS

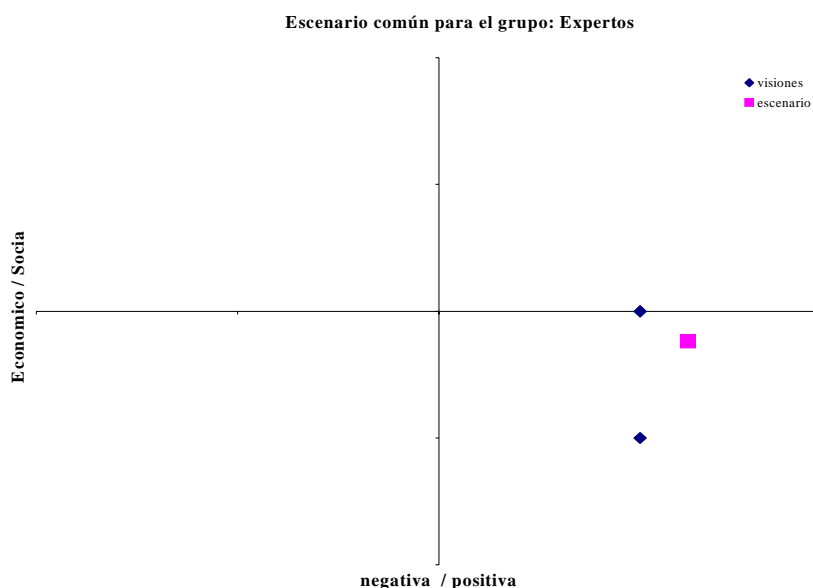
- Álvarez González, M.^a José
- Bravo González, Mónica
- Castillo Fernández, Joaquina
- Climent Rodríguez, José Antonio
- Cruz Vázquez, Juan Manuel
- Gutiérrez Ruiz, Mabel

Lista de visiones generadas por el grupo TÉCNICOS, por orden de importancia:

Grupo Técnicos: Visiones del futuro más determinantes para negocios y empleo en Huelva 2025.	votos
Desarrollo sostenible y aprovechamiento riquezas naturales para crear empleo	18
Revolución del sector educativo; formación permanente para todos los sectores	11
Iniciativa privada. Crecimiento del tercer sector	9

Solo tres ideas salieron del grupo de los expertos por conseguir la mayoría de los votos de importancia. Este denota un consenso fuerte en el grupo en cuanto a la visión de los negocios y empleos en la Huelva del futuro.

Tres aspectos claves han sido subrayados para fomentar negocios y empleos, a saber: la preservación y aprovechamiento de las riquezas naturales, el sector educativo y la iniciativa privada en el tercer sector. Este significa que el desarrollo económico previsto se aprovecha de los recursos locales para tender hacia la sostenibilidad.



Curiosamente, el desarrollo sostenible (n1) está teniendo una dimensión más económica que la iniciativa privada en el tercer sector (n3). Las visiones vislumbradas son todas muy positivas.



Se trata de un modelo de sociedad en el cual el aprovechamiento de los recursos naturales está subordinado a un desarrollo sostenible, la formación está omnipresente y para todos y el tercer sector es explotado como yacimiento de empleo a carácter social.

3.5. El Escenario de consenso para Huelva 2025

Una vez los resultados adecuadamente compilados en posters, los participantes de los grupos sociales se reúnen en sesión plenaria. Esta sesión de trabajo empieza por una presentación detallada de cada póster (cambiando de portavoces) seguida por un turno de debate. El conjunto de los participantes eligen (voto) al final de la sesión las visiones del futuro más importantes.

La tabla siguiente muestra el resultado de la sesión plenaria con el escenario común compuesto de 6 visiones consideradas por el conjunto de participantes como las más importantes para el futuro de Huelva. La primera columna corresponde al número de referencia de la visión y al grupo de origen.

	Visión u Objetivo para la Huelva 2025	votos
1 POL	UNA CIUDAD ABIERTA AL MUNDO Huelva como centro turístico europeo y proyectada hacia América Latina. Nudo de comunicación física y cultural entre ambos continentes. Centro basado en las nuevas tecnologías: eco-turismo, servicios electrónicos, servicios en la red, y que oferta diversidad y calidad: parajes naturales, sierra, paraje minero; que potencia la cohesión de la ciudad con su entorno y la forma de ser sureña: el disfrute de la visa. Para ellos se necesita una red de comunicaciones perfecta y una huida de los macro proyectos elitistas en la costa.	34
2 CIU	ACABAR CON LAS DOS HUELVAS Huelva sin dualidad social y económica	32
3 POL	DESARROLLO DEL PUERTO El puerto: apertura del puerto a la ciudad y de la ciudad al puerto. Un puerto que incluya puerto de viajeros, deportivo, de containers, con zonas logísticas, lugar cultural y de ocio y que esté limpio de residuos. Logrando que la planificación de Huelva y de la costa sea para todos los sectores sociales.	31
4 CIU	REPARTO DEL DESARROLLO Una provincia de desarrollo compensado entre las distintas zonas (deprimidas y desarrolladas)	27
5 CIU	FORMACIÓN ADECUADAMENTE PLANIFICADA Huelva sea una ciudad con una oferta de formación bien planificada para que sirva para el empleo y para la integración social.	27
6 TEC	CONSERVAR LA RIQUEZA NATURAL. Que Huelva mantenga sus riquezas naturales para lo cual debe hacer un desarrollo con criterios sostenibles	23

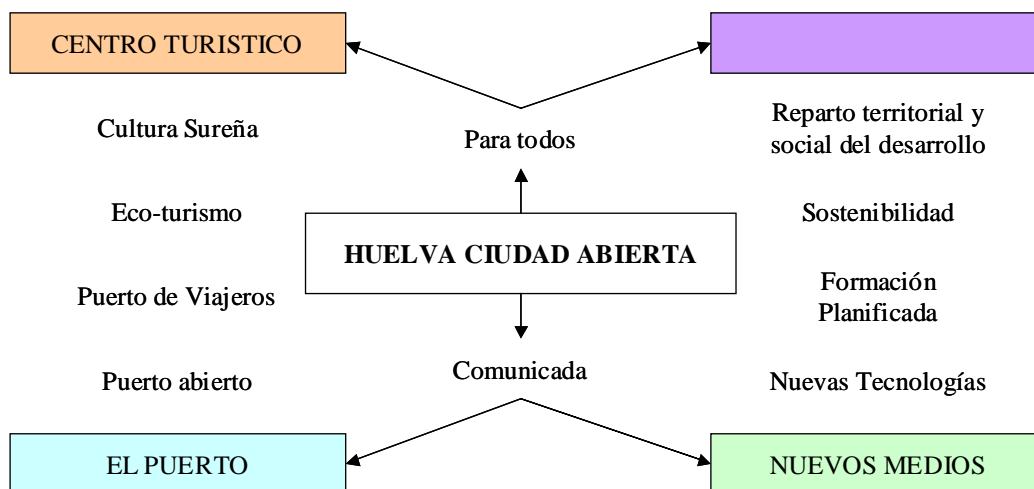
La primera visión sobre Huelva ciudad abierta es muy completa y recoge algunos aspectos que fueron también incluidos en otros escenarios como la cohesión territorial y la sostenibilidad en el desarrollo económico. Huelva se perfila como un centro turístico y por lo tanto necesita buenas comunicaciones (electrónicas) con el exterior y con su entorno.

La segunda y la cuarta visión expresan también la necesidad de una mayor cohesión, social y económica para la primera y territorial para la segunda. Para evitar una dualización en la Ciudad, una mayor cohesión parece ser uno de los motores del crecimiento económico y por lo tanto de la generación de negocios y empleos.

El Puerto, la formación y la sostenibilidad aparecen como las soluciones para lograr que Huelva sea una ciudad abierta, comunicada y de todos.

GRÁFICO 20

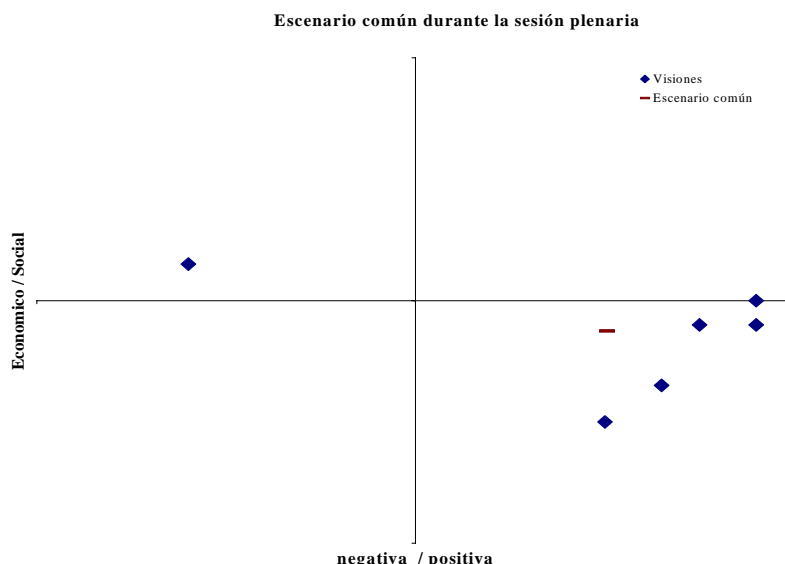
ESCENARIO COMÚN SOBRE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS Y EMPLEO EN HUELVA 2025



Fuente: Elaboración propia.

En contra de este escenario se vislumbran:

- Los macroyectos turísticos elitistas en la costa que no respetan las riquezas naturales (véase el caso de Punta Umbría).
- La dualidad de funcionamiento (social y económica) en la ciudad.



Las visiones que emergen del escenario común han sido consideradas positivas excepto para la formación que seguirá siendo insuficiente en el futuro.

Las visiones seleccionadas en el escenario común tienen una marcada orientación “economía”. En consecuencia, el escenario común presenta una media sensiblemente más baja que la media de los cuatro escenarios de grupo.



La votación de las visiones que tuvo lugar en sesión plenaria puede ser estudiada para averiguar hacia donde se han dirigido los votos de los distintos grupos sociales¹⁸. Cabe recordar que una visión generada por un grupo no podía beneficiarse de los votos del mismo grupo en sesión plenaria.

Referencia	Ciudadanos	Políticos	Empresarios	Expertos	Total
1	19%	0%	8%	18%	11%
2	0%	6%	20%	13%	10%
3	15%	0%	14%	11%	10%
4	0%	18%	0%	19%	9%
5	0%	12%	13%	11%	9%
6	19%	8%	10%	0%	9%
7	8%	0%	11%	5%	6%
8	0%	12%	0%	12%	6%
9	5%	16%	0%	5%	7%
10	15%	4%	3%	0%	5%
11	0%	14%	4%	0%	4%
12	0%	0%	13%	0%	3%
13	5%	0%	4%	2%	3%
14	5%	0%	0%	3%	2%
15	3%	0%	3%	0%	1%
16	3%	4%	0%	0%	2%
17	2%	6%	0%	0%	2%
18	0%	0%	0%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Los Ciudadanos han privilegiado la idea 1 y 6 y en menor medida las numero 3 y 10.

Los Políticos han plasmado sus votos en la idea 4 y en menor proporción en las 9, 11, 5 y 8.

Los Empresarios han favorecido la idea 2 y han respaldado las ideas 3, 5, 12, 6 y 7.

Los Expertos se han encontrado mayormente en las ideas 1 y 4 y también en un segundo plano en las 2, 8, 3 y 5.

En cuanto a un comentario general sobre la repartición de votos por visiones:

Las 3 y 5 obtienen el respaldo de *todos los grupos* en muestra de consenso.

Las ideas 4 y 8 obtienen el respaldo de *los políticos y expertos* pero han sido descartada por *los empresarios* (0 votos).

Al revés, la idea 12 esta solo apoyado por *los empresarios*.

Las ideas 1, 2 y 9 tienen cada una su grupo de velador, sea el grupo de *los empresarios* en el caso de la 2 y 9 y los grupos de *ciudadanos y técnicos* para la primera.

Las ideas 6 y 10 están sostenidas mayormente por el grupo de *los ciudadanos*.

¹⁸ El contenido de las visiones presentadas en la sesión plenaria figura en el Punto A1 al final de esta Tercera Parte del Documento.

En cuanto a las seis visiones que conformaron el escenario común:

- La primera visión en cuanto a Huelva ciudad abierta se perfiló en el grupo de los políticos y fue muy apoyada por el grupo de los ciudadanos y expertos, estando más reservados los empresarios.
- La segunda visión relativa a las dos Huelva se concibió en el grupo de los ciudadanos y fue respaldada mayormente por el grupo de los empresarios.
- La tercera visión del escenario común recibió el mismo apoyo por parte de todos los grupos, siendo una clara muestra del interés general despertado por el puerto en el futuro de Huelva.
- La cuarta visión proviene del grupo de los ciudadanos y adhieren a esta los grupos de expertos y políticos. Sin embargo, el reparto del desarrollo no ha convencido a los empresarios.
- La quinta visión, al igual que la tercera recibe un apoyo consensuado entre los 4 grupos, lo que pone en relieve el papel de la formación para crear negocios y empleos.
- La sexta y última visión del escenario común se generó en el grupo de los expertos y recibió un fuerte respaldo por parte de los ciudadanos por ser, la sostenibilidad, el criterio de mayor relevancia en la Huelva del futuro.

4. ACCIONES PARA EL FUTURO DE HUELVA

Después de entrever los futuros posibles (escenarios) en cuanto a oportunidades de negocios y empleos en Huelva 2025, los participantes fueron invitados a indicar las pautas de acciones necesarias.

A partir de los resultados de los escenarios de grupos y del escenario común, cuatro temas emergen por ser considerados claves en el futuro empresarial y laboral de Huelva, a saber: el desarrollo sostenible, la formación de los recursos humanos, el futuro del puerto y la cohesión territorial y social.

Los participantes se reparten en los grupos de trabajo para desarrollar las acciones apropiadas a emprender en estos cuatro campos de actividad vitales para fomentar posibles negocios y empleos en Huelva, 2025.

Dependiendo de su interés personal y de su área de competencia (es decir de su actividad profesional), cada participante fue afectado a uno de los cuatro grupos temáticos.

En cada grupo, las secuencias de trabajo fueron similares a las de la anterior sesión de trabajo en grupo social:

- El moderador explica el funcionamiento del grupo de trabajo y subraya las diferencias entre visiones y acciones concretas. También se da a conocer a los participantes del grupo los resultados afines al tema y que se obtuvieron en la sesión precedente.
- El participante reflexiona de manera individual con el fin de generar tres acciones relativas al tema evaluado.
- Estas acciones son presentadas por sus valedores y organizadas (esclarecidas, comentadas, etc.) por el grupo.

- Las visiones generadas por el grupo son clasificadas (vía una votación individual) por orden de importancia, cada participante teniendo un mismo número de puntos a distribuir entre todas.
- A partir de las visiones más emergentes (con un máximo de cinco), se confeccionan posters destinados a la presentación de los resultados del grupo en sesión plenaria.

A continuación y para cada grupo temático, presentamos:

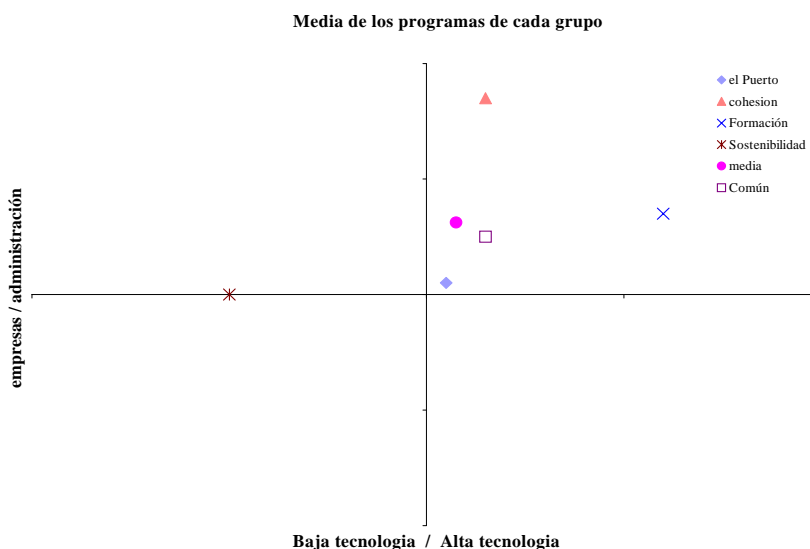
- La lista de los nombres de los participantes y el del moderador.
- La lista de las acciones seleccionadas (máximo de cinco) para su posterior presentación en la sesión plenaria¹⁹.
- El gráfico del programa (guión) automático y
- Un breve análisis de estos resultados.

La posición relativa de cada programa se refiere a dos ejes que evalúan si las acciones son del resorte de la administración o de la empresa y si las propuestas de acción necesitan alta o baja tecnología para su realización. El programa automático se obtiene por la valorización (de 1 a 5) de las (máximo cinco) acciones seleccionadas con los siguientes criterios:

¿Quién tiene más influencia para que esta propuesta de acción se lleve a cabo:

1. La alta tecnología (5)/baja tecnología (1)?
2. La administración (5) por un lado o la iniciativa empresarial (1) al otro extremo?.

En el siguiente gráfico, el programa de cada grupo está señalado por una figura geométrica así como la media de los mismos y el escenario común vislumbrado en sesión plenaria.



El programa de acción propio de los cuatro grupos temáticos atribuye un papel esencial a la administración, siendo el caso del futuro del puerto el que menos necesita el apoyo administrativo, y la cohesión territorial y social el que más.

¹⁹ La lista completa de las acciones generadas en cada grupo temático se encuentra en el Punto A2 al final de esta Tercera Parte del Documento.

Esto era de suponer, puesto que las visiones sobre oportunidades de negocios y empleos han privilegiado el segmento de la formación y de la cohesión territorial y social. En estos dos campos de actividad, la administración es clave para lograr mejoras y para que el mundo laboral y empresarial se una a los actuales cambios de sociedad.

La formación ha de integrar claramente las nuevas tecnologías para desarrollar su implicación en el mundo laboral y ayudar así a la creación de empleos. Al revés, el desarrollo sostenible se aparenta más a una actitud y por lo tanto, se presta menos a un cambio radical con la introducción de alta tecnología. Cada individuo/trabajador/empresario es responsable de solucionar los problemas medioambientales.

El programa de acción seleccionado en la sesión plenaria aparece algo más tecnológico que la media de los programas de grupos. Sin embargo, la media de los 4 grupos (media) y el programa de la sesión plenaria (común) coinciden como lo fue también para los escenarios medio y común.

4.1. Propuestas para el desarrollo sostenible

Monitor EASW: *Gaspar García Campano*

Grupo de Trabajo: SOSTENIBILIDAD

- Domínguez Martínez, Manuel
- Cruz Vázquez, Juan Manuel
- Álvarez González, María José
- González González, Carlos
- Redondo Toronjo, Dolores
- Zapata, Graciela
- Velasco Nevado, Jesús

Grupo Sostenibilidad Propuestas de acción concretas	votos
Procurar un desarrollo sostenible a través del consenso entre el sector de interés público y el privado, así como mediante la colaboración y complementariedad entre los sectores económicos y sociales. Su objetivo común debe ser hacer productos competitivos, permanentes (durables) y de calidad. También se deberá diversificar los productos (ejem. Agrarios) para que haya una ocupación de la mano de obra durante todo el año; incorporar a los jóvenes y dar formación medioambiental para cualificar al trabajador y a la cúpula empresarial. Los medios de comunicación podrían apoyar mostrando los buenos ejemplos de casos prácticos	

El grupo de participantes que trató el tema del desarrollo sostenible optó por fomentar una sola línea de acción en lugar de una serie de propuestas por considerar que, para que el desarrollo sea realmente duradero, todas las acciones deben seguir los mismos procedimientos, a saber:

¿Qué hacer?

Las prioridades vislumbradas se centraron en definir los criterios para que actividades y condiciones laborales sean más sostenibles.

Los sistemas de producción locales deben tener en cuenta debidamente la validez de los recursos, fomentar la competitividad, la permanencia y la calidad de los productos y buscar en la diversidad de productos una vía para que la ocupación laboral sea más completa a lo largo del año y que se incorporen así más jóvenes.

¿Cómo hacer?

- Buscando el consenso de intereses entre los sectores:

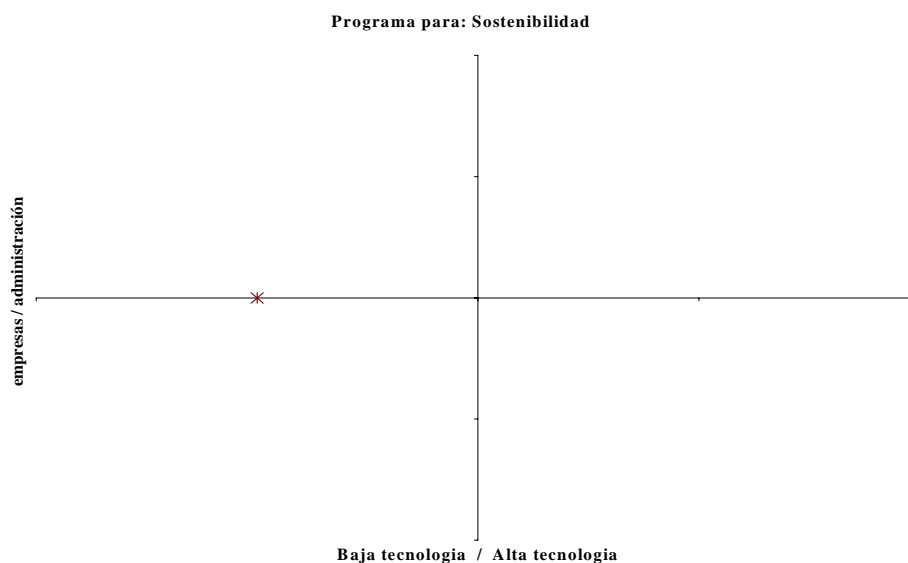


Entorno a esta idea, las acciones que se emprenden deben igualmente tener en cuenta las siguientes etapas para fomentar la viabilidad de estas acciones: planificación, prioridades, consenso, participación.

¿Quién lo hace?

Para que la noción de sostenibilidad sea acoplada al desarrollo, esto requiere un personal cualificado y se necesita una formación específica destinada a los empresarios.

Los medios de comunicación pueden difundir buenos ejemplos de tales desarrollos.



En el caso del desarrollo sostenible, el grupo de trabajo ha preferido definir los procedimientos a perseguir (mediante el que, como y quién) para que la noción de sostenibilidad (respecto medioambiental y durabilidad) se pueda aplicar a las oportunidades de negocios y empleo en Huelva 2025.

Por lo tanto, el desarrollo sostenible puede caracterizarse por una serie de palabras claves que serían:

- Valor de los recursos.
- Competitividad, permanencia y calidad de los productos y
- Diversidad en la ocupación laboral.
- Planificación.
- Prioridades.
- Consenso.
- Participación.
- Personal cualificado.
- Formación específica destinada a los empresarios.
- Medios de comunicación.

El Gráfico sobre el programa común señala a la administración y a las empresas como motores de un desarrollo sostenible en Huelva, principalmente, por parte de la administración, al poner en marcha acciones formativas y mostrarse ejemplar en su gestión y en el ámbito de la mediación y por parte de las empresas en el respecto medioambiental. No se vislumbra un papel primordial de las nuevas tecnologías puesto que la sostenibilidad es considerada como una actitud.

Solo en estas condiciones, los futuros empleos y negocios serán realmente sostenibles.

4.2. Propuestas para la formación de los Recursos Humanos

Monitor EASW: *Carlos Aguirre & Ana Barbeito*

Grupo de Trabajo: FORMACIÓN

- Paz Báñez, Julián de
- Bravo González, Mónica
- Martín Daza, Manuela
- Fernández Alamo, José Luis
- García Romero, Luisa
- Gómez Ramírez, Manuel
- López García, Carmen

Lista de propuestas de acción generadas, por orden de importancia:

Grupo Formación Propuestas de acción concretas	votos
Nueva cultura empresarial. Nuevos empresarios. Nuevos negocios. Acercamiento sociedad–empresa en foros de debate, escuelas, universidades. Gestión de calidad total	8
Formación adaptada a diferentes colectivos y en prospectiva con el desarrollo económico. Planificación en la que intervienen también los agentes sociales	7
La Universidad como centro de innovación y acercamiento a la realidad laboral	6
Apoyo público y privado a la generación y mantenimiento de empresas	5

¿Qué?

La formación debe adaptarse a los colectivos que la necesitan. Por ejemplo, para nuevos negocios, se necesitan nuevos empresarios y preferentemente una nueva cultura empresarial. La formación ha de fomentar esta evolución.

Los colectivos desfavorecidos solo pueden integrarse en el mundo laboral mediante una formación adaptada a los propios interesados y en fase con el crecimiento económico, con el fin de evitar una formación inadaptada a la realidad económica.

¿Cómo?

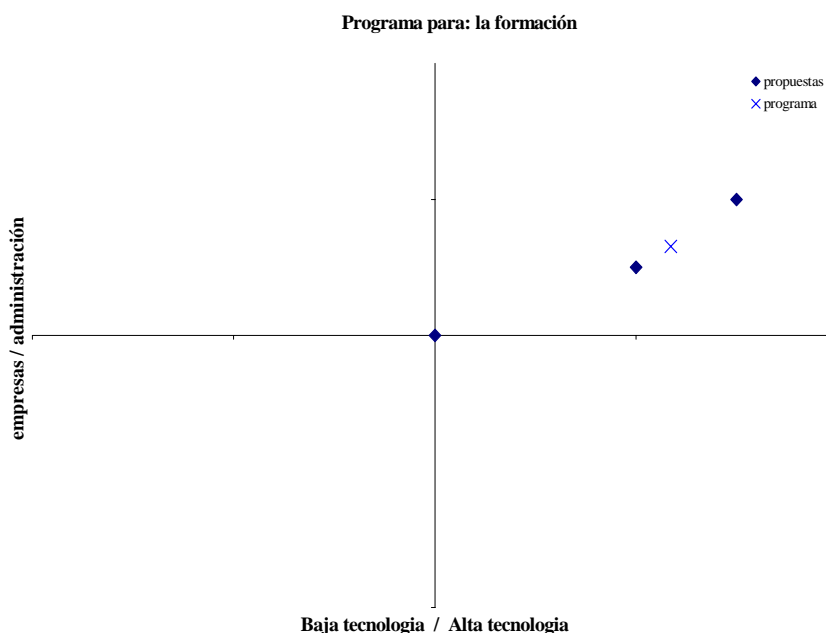
Dos de las propuestas seleccionadas llaman a un acercamiento de la universidad a la realidad laboral y de las empresas a la sociedad. La formación tiene el papel de romper las barreras entre estructuras sociales que muchas veces se ignoran.

Para lograrlo, se necesita el apoyo mutuo de las actividades públicas y privadas.

¿Quién?

Los grupos sociales que más necesitan la formación corresponden a los empresarios y a los colectivos desfavorecidos. Los primeros por tener mucha responsabilidad en la gestión de los negocios y los otros por no tener accesibilidad a la sociedad sino por medio de un aprendizaje específico.

Las acciones de formación se atribuyen a la universidad y a los agentes sociales para la idoneidad de los cursos u otras acciones a emprender. La universidad tiene además la posibilidad de ser un centro de la innovación y por lo tanto de liderar el desarrollo de nuevos métodos y nuevas tecnologías, y la preparación de formadores.



La tecnología juega un papel clave en el futuro de las acciones de formación. En particular, las nuevas tecnologías de la información están muy bien adaptadas para relacionar los miembros de colectivos identificados y hacer pasar un mensaje o una formación.

La administración se concibe como el agente principal para fomentar la formación de colectivos y empresas.

4.3. Propuestas para el futuro del Puerto

Monitor EASW: *Alain Labatut*

Grupo de Trabajo: EL PUERTO

- Barba, Rafael
- Blanco Barbado, Juan José
- Castillo Fernández, Joaquina
- Fernández Rodríguez, Manuela
- Peco torres, Eugenio R.
- Gutiérrez Ruiz, Mabel
- Paz Báñez, Manuela de
- Fontela, Emilio

Lista de propuestas de acción generadas, por orden de importancia:

Grupo El puerto Propuestas de acción concretas	votos
Plan de polígonos industriales: servicios, agroalimentarios y transformación básica	18
Plan medioambiental para el puerto y sus actividades. Hacia el Eco-puerto	14
Puerto de apoyo al turismo, deportivo, de ocio, histórico	10

Tres propuestas, de las once generadas en el grupo sobre el futuro del Puerto de Huelva, sobresalieron con una mayoría de votos lo que indica un consenso entre los participantes sobre las acciones a emprender en el puerto. Además, estas tres propuestas son tres facetas de una misma intención, la de integrar el puerto a la ciudad. Estas tres propuestas se fundieron en una sola durante la posterior sesión plenaria.

¿Qué?

Las tres propuestas seleccionadas intentan integrar el puerto a la ciudad para acabar con una situación percibida como una barrera para la apertura de la ciudad al mar y a la marisma. Por lo tanto, este propósito se concreta a través de una reordenación territorial, por proponer un plan medioambiental a las actividades portuarias y por “abrir” el puerto a un uso más general, sea de pasajeros, de ocio u otras iniciativas privadas y públicas.

¿Cómo?

El plan de ordenación del territorio portuario se apoya:

- En una integración urbanística con la ciudad.
- En un plan de polígonos industriales incluyendo las actividades de servicios, agroalimentarios y de transformación básicas.
- En el acceso al Hinterland mediante nuevas infraestructuras.

El plan medioambiental tiende a convertir el puerto de Huelva en un “eco-puerto” y tiene dos prerrogativas:

- Evaluar mediante unos estudios científicos.
- Establecer una fiscalía ambiental.

El plan de apoyo a la creación de actividades económicas portuarias tiene la intención de acercar los Onubenses y los visitantes de la ciudad al puerto mediante actividades que no existen actualmente en el puerto de Huelva, a saber:

- Puerto de turismo y de viajeros (potenciación de la gastronomía).
- Puerto recreativo y de ocio.
- Actividades de ocio y de cultura ubicadas en el puerto.
- Actividades en relación con el entorno (Odiel y sus parajes naturales).

¿Quién?

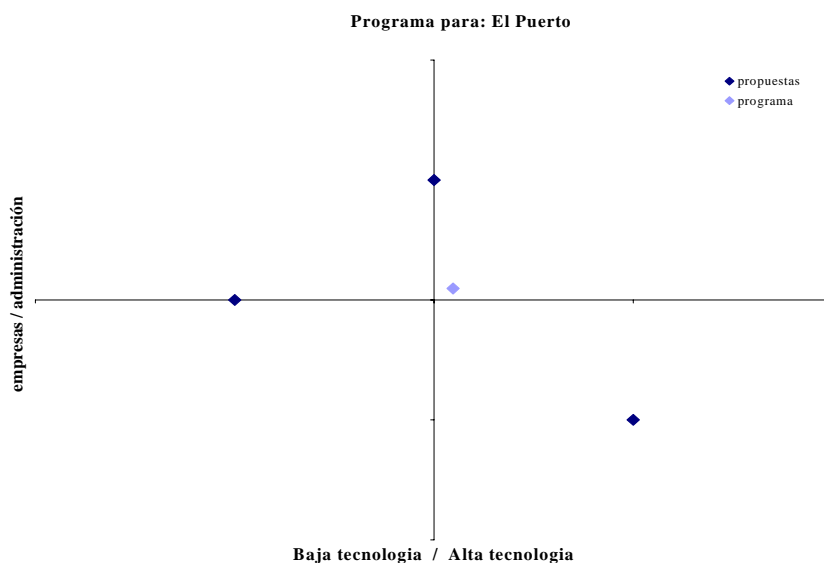
Muchas entidades están interesadas o involucradas en el futuro del Puerto de Huelva.

El plan de ordenación del territorio necesita un apoyo público por parte de una mancomunidad de municipios y de la autoridad Portuaria de Huelva (APH).

El plan medioambiental requiere la colaboración de las empresas portuarias, de la administración local y andaluza y de las ONG ambientales que tratan de estos temas.

El plan de actividades económicas se estructura a partir de una sociedad mixta (ayuntamiento, administración y APH) y de una sociedad promotora.

El programa común vislumbrado para el puerto de Huelva muestra claramente que todos los actores y todos los medios deben cooperar para conseguir que el puerto sea parte integrante de la ciudad en el futuro.



4.4. Propuestas para la cohesión Territorial y Social

Monitor EASW: *Antonio Gallardo*

Grupo de Trabajo: COHESIÓN

- Climent Rodríguez, José Antonio
- Abarquero Crespo, Emilio
- García López, María Josefa
- Méndez Martínez, Luis Miguel
- Guzmán, Joaquín
- Fernández Gaya, Yolanda

Lista de propuestas de acción generadas, por orden de importancia:

Grupo Cohesión Propuestas de acción concretas	votos
Planificación y accesibilidad para la formación. Homologación profesional entre ocupacional y reglada	6
Uso de medios de comunicación como divulgadores de cultura. Redes públicas, discriminación positiva	6
Crear red de comunicaciones en la provincia	5
Cursos de concienciación empresarial. Eliminación de barreras fiscales y administrativas para crearlas	5
Más servicios sociales para mujeres, parados, familia, etc. para facilitar el acceso al trabajo	4

¿Qué?

Las propuestas de acción para fomentar la cohesión social en Huelva y territorial con la provincia se apoyan en aumentar *la formación*, potenciar *las comunicaciones* y dar *acceso al trabajo* a grupo desfavorecidos vía los servicios sociales.

¿Cómo?

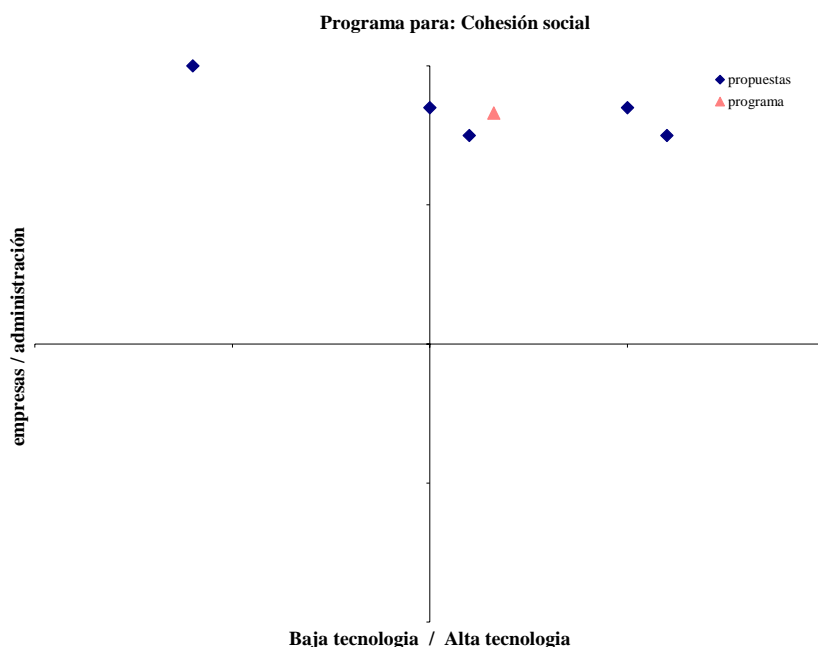
La formación es un potente factor de cohesión como lo hemos visto anteriormente con los resultados del grupo temático que debatía de este tema. A la formación se le asocian los criterios de planificación y accesibilidad que en muchas ocasiones condicionan la eficacia de las políticas de formación. Esta formación debe de ser reconocida profesionalmente.

El curso de concienciación empresarial está vislumbrado como primordial para la cohesión social y debe ser acompañado de incitativas fiscales y administrativas para fomentarlo.

La cohesión territorial ha sido considerada un punto clave para las oportunidades de negocios y empleo en Huelva 2025. En este sentido, la red de comunicación es de la provincia ha sido juzgada como insuficiente para que el desarrollo pueda ser compartido territorialmente. En particular, los ejes Norte-Sur (sierra-costa) y Este-Oeste (Huelva-Portugal) deben ser potenciados.

Los medios de comunicación representan igualmente un potente vector para la cohesión territorial y social. Estos medios deben servir para “divulgar la cultura” y los colectivos desfavorecidos pueden encontrar en estos una vía de inserción social y laboral (discriminación positiva). Las nuevas tecnologías pueden ser aprovechadas para estos propósitos.

La última propuesta de acción consiste en facilitar los servicios sociales necesarios para que los grupos desfavorecidos puedan acceder al mundo laboral con mayor éxito.



La cohesión social es claramente una prerrogativa de la administración y se necesita también el respaldo de la tecnología para este propósito.

4.5. Acuerdo sobre acciones a emprender

Las siguientes acciones obtuvieron el máximo acuerdo del conjunto de los participantes a las Jornadas, para ser promovidas prioritariamente.

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN RECOMENDADAS		Puntuación recibida
Grupo DESARROLLO SOSTENIBLE		
1	<p>HACIA EL CONSENSO</p> <p>Procurar un desarrollo sostenible a través del consenso entre el sector de interés público y el privado, así como mediante la colaboración y complementariedad entre los sectores económicos y sociales. Su objetivo común debe ser hacer productos competitivos, permanentes (durables) y de calidad. También se deberá diversificar los productos (ejem. Agrarios) para que haya una ocupación de la mano de obra durante todo el año; incorporar a los jóvenes y dar formación medioambiental para cualificar al trabajador y a la cúpula empresarial. Los medios de comunicación podrían apoyar mostrando los buenos ejemplos de casos prácticos</p>	26

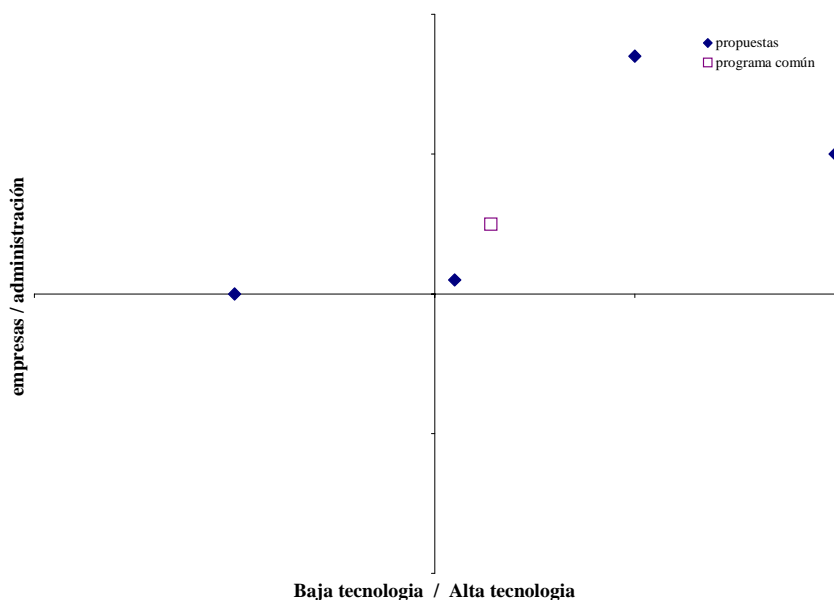
(Sigue)

(Continuación)

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN RECOMENDADAS		Puntuación recibida
Grupo EL PUERTO		
2	UN PUERTO PARA LA CIUDAD En el Puerto de Huelva es recomendable hacer ordenación territorial para integrar urbanísticamente la ciudad con el puerto y el puerto con sus territorios de influencia, (e.g. hinterland); un plan ambiental con los estudios científicos necesarios para evitar posibles riesgos de contaminación y potenciar su capacidad turística como puerto de pasaje y reconvirtiendo su puerto interior hacia el esparcimiento y ocio ciudadano que capitalice el entorno del Río Odiel y los parajes naturales Para llevar a cabo las actuaciones en el puerto hay que implicar a la mancomunidad de Ayuntamientos, la autoridad portuaria, asociaciones ciudadanas y/o ambientales, administraciones públicas y sociedades promotoras	25
Grupo FORMACIÓN		
3	UNIVERSIDAD DE VANGUARDIA Hacer de la Universidad un centro puntero de innovación, mediante su apertura y acercamiento a la realidad laboral, económica y social	17
Grupo COHESIÓN		
4	RED DE COMUNICACIÓN Crear una red de comunicación (viaria/telemática) en la provincia, que una las distintas zonas (norte-sur/este-oeste) para lograr una mayor cohesión territorial	12

Las dos propuestas mayormente votadas en la sesión plenaria contemplan el desarrollo sostenible y el puerto para concentrar las acciones de desarrollo en la Huelva del futuro. En un grado menor, potenciar la Universidad y crear una red de comunicación con la provincia aparecen igualmente como ejes de desarrollo para fomentar los negocios y empleos.

Programa de la sesión plenaria



A1: Lista completa de las ideas generadas en los grupos sociales.

Lista de visiones generadas por el grupo CIUDADANO, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Grupo de los Ciudadanos Generación de visiones	votos
22	Compensación entre zonas deprimidas y desarrolladas, a nivel de desarrollo	11
19	Cohesión social: participación y convivencia	8
16	Falta de planificación en la Formación	6
26	Dualización económica y social	6
27	Educación buenos ciudadanos	6
6	No respeto al medio ambiente	5
3	Diversificación agrícola / Ecología	4
10	Luchar por "nuestra" ciudad	4
15	Cambio mentalidad en el empleador	4
17	Incorporación de Nuevas Tecnologías	4
20	Enfermedades consecuencia de la contaminación	3
21	Mayor formación de capital humano	3
24	Mayor crecimiento económico y empleo	3
1	Competencia Agrícola con norte de África y otras provincias andaluzas	2
5	Empresario de la pesca " Acuicultura"	2
4	Integración social de cara a la mano de obra	1
8	Aprovechamiento de los recursos naturales: Turismo	1
12	Mantenimiento de la actitud pasiva	1
13	Relaciones con Portugal / Norte de África / Centro América	1
14	Actividad pesquera tradicional. Nuevos desempleados	1
23	Urbanización masiva en zonas turísticas y costeras	1
2	Carencia de mano de obra	0
7	Fin al problema de la contaminación	0
9	Recursos económicos (Administración)	0
11	Finalizará el problema del desempleo	0
18	Tráfico de droga consentido	0
25	Crecimiento sostenido y empleo de calidad	0

Lista de visiones generadas por el grupo EMPRESARIO, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Grupo de los Empresarios Generación de visiones	votos
3	Creación de valor añadido en productos de química básica. Nuevas industrias químicas	14
12	Industria y turismo compatibilizados	11
11	Nueva clase/ cultura empresarial	10
1	Desarrollo turístico de la costa y la sierra. Respeto medioambiental	9
24	Integración Huelva-Portugal	7
30	Puerto de Huelva: Nuevas industrias, mejora de calados y servicios, contenedores	7
2	Creación de infraestructuras de regadío para industria agroalimentaria	6

(Sigue)



(Continuación)

Núm. de ref.	Grupo de los Empresarios Generación de visiones	votos
8	Orgullo de ser Onubense	6
9	Administración más técnica/ Política; Gestora. No descoordinación entre ambas	6
25	Universidad motor del desarrollo	6
28	Predominio del sector servicios	6
10	Puerto: Pesquero, Industrial y Turístico	5
20	Crisis de la agricultura	5
4	Sanidad	4
5	Ocio: nuevos empleos	4
6	Innovación tecnológica al desarrollo agrícola	4
21	Estancamiento de la I. Química para aumento del desarrollo turístico	4
16	Nuevo concepto turístico; ocio (Atlántico/China)	3
23	Aeropuerto, AVE, Autopistas hacia Sierra, Cádiz y Portugal	3
13	Mantenimiento IQ que será más limpia	2
27	Desarrollo agroalimentario; pesca, agricultura y ganadería	2
7	Acuicultura	0
14	Apertura hacia África y América	0
15	Aumento comercio	0
17	Mantenimiento de las tradiciones	0
18	Población estable, descenso del desempleo	0
19	Asentamiento ECOINDUSTRIAL; Sur de Europa	0
22	Cambio en sentido de comercio	0
26	Turismo activo, ecológico y de alto standing	0
29	Pesca e industria	0

Lista de visiones generadas por el grupo POLÍTICO, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Grupo de los Políticos Generación de visiones	votos
1	Centro y nudo turístico entre Europa y América Latina; Forma de ser sureña, etc.	6
12	Cambio en la mentalidad del consumidor: Búsqueda de un consumo de más calidad	6
7	Universidad y centros de enseñanza como motor de la economía, con nuevas tecnologías	5
5	Desarrollo del puerto; deportivo, viajeros, limpieza de residuos. Apertura a la ciudad	4
9	Administración pública líder de la innovación. Desarrollo de la sociedad de la comunicación	4
11	Huelva como parte de una red, de un sistema productivo	2
2	Reconversión de la IQ y desarrollo productivo básico vinculado al puerto y ecológico	1
6	Desarrollo de programas de investigación para controlar los sistemas de producción	1
8	Replanteamiento del concepto de trabajo y de empresa. Sociedad como vector económico	1
3	Planificación recursos turísticos costeros, evitando macroproyectos elitistas	0
4	Reconversión del sector pesquero; desarrollo de cultivos marinos	0
10	Diversificación de productos. Agricultura biológica y de calidad	0

Lista de visiones generadas por el grupo EXPERTO, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Grupo de los Expertos Generación de visiones	votos
9	Desarrollo sostenible y aprovechamiento riquezas naturales para crear empleo	14
3	Revolución del sector educativo; formación permanente para todos los sectores	9
6	Iniciativa privada. Crecimiento del tercer sector	9
11	Políticas sostenibles, respeto al medioambiente y recuperación de ecosistemas	4
14	Empleo temporal en demasía en el sector servicios	4
7	Crear infraestructuras para el teletrabajo; atraer mano de obra del exterior	3
10	Desigualdad entre comarcas; desplazamiento de la población, consecuencias sociales y económicas	3
2	Desarrollo sostenible del sector agroalimentario, según objetivos sociales	2
12	Infraestructuras para una economía más competitiva	2
13	Aumento de la cualificación de los trabajadores. Motivación	2
15	Explotación masiva de los recursos. Declive del sector agrícola	2
16	Será el exterior el que explote los recursos de Huelva. ¿Qué sucederá cuando se agoten éstos?	2
1	Fin del polo químico y desarrollo turístico y residencial, del ocio, mar	0
4	Pérdida del sector industrial y de trabajadores cualificados	0
5	Aprovechamiento empleos del sector servicios para trabajadores con problemas de inserción	0
8	Generación y potenciación de empleos en el sector público	0

Lista de ideas generadas presentadas en la sesión plenaria, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Sesión plenaria Generación de visiones	Votos	Grupo de origen
1	Centro y nudo turístico entre Europa y América Latina; Forma de ser sureña, etc.	34	Políticos
2	Dualización económica y social	32	Ciudadanos
3	Desarrollo del puerto; deportivo, viajeros, limpieza de residuos. Apertura a la ciudad. Relacionado con el ocio y centro de atracción turística	31	Políticos
4	Compensación entre zonas deprimidas y desarrolladas, al nivel de desarrollo	27	Ciudadanos
5	Falta de planificación en la Formación	27	Ciudadanos
6	Desarrollo sostenible y aprovechamiento riquezas naturales para crear empleo	23	Expertos
7	Administración pública líder de la innovación. Desarrollo de la sociedad de la comunicación. Ruptura con la cultura del subsidio	19	Políticos
8	Cohesión social: participación y convivencia	18	Ciudadanos
9	Gran puerto desarrollado y diversificado (agroalimentario, industrial y turístico)	16	Empresarios
10	Revolución del sector educativo; formación permanente para todos los sectores y recualificación para profesiones en declive	13	Expertos
11	Educación buenos ciudadanos	10	Ciudadanos
12	Iniciativa privada. Crecimiento del tercer sector (Cooperativismo, inserción, etc.)	10	Expertos
13	Cambio en la mentalidad del consumidor: Búsqueda de un consumo de más calidad	8	Políticos
14	Nueva clase/ cultura empresarial	6	Empresarios
15	Universidad y centros de enseñanza como motor de la economía, con nuevas tecnologías	4	Políticos
16	Creación de valor añadido en productos de química básica. Nuevas industrias químicas	4	Empresarios
17	Desarrollo turístico de la costa y la sierra. Respeto medioambiental. Industria y turismo compatibles	4	Empresarios
18	Empleo temporal en demasía en el sector servicios	0	Expertos



A2: Listas completas de las propuestas generadas en los grupos temáticos

Lista de propuestas generadas por el grupo COHESIÓN, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Grupo Cohesión Propuestas de acción concretas	votos
1	Planificación y accesibilidad para la formación. Homologación profesional entre ocupacional y reglada	6
2	Uso de medios de comunicación como divulgadores de cultura. Redes públicas, discriminación positiva	6
6	Crear red de comunicaciones vertical en la provincia	5
8	Cursos de concienciación empresarial. Eliminación de barreras fiscales y administrativas para crearlas	5
4	Más servicios sociales para mujeres, parados, familia, etc. Para facilitar el acceso al trabajo	4
3	Centros de barrio para interrelación social. Nuevas tecnologías comunicación para acceso marginados	2
5	Fomentar enfoques participativos, sobre todo de cara a la planificación socioeconómica	2
7	Mayor conocimiento del entorno geográfico cercano	0
9	Creación de viviendas sociales integradoras	0

Lista de propuestas generadas por el grupo FORMACIÓN, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Grupo Formación Propuestas de acción concretas	votos
1	Nueva cultura empresarial. Nuevos empresarios. Reciclaje. Nuevos negocios	8
2	Formación adaptada a diferentes colectivos en prospectiva con el desarrollo económico	7
3	Adaptación del mundo universitario a la realidad laboral. Innovar	6
4	Apoyo público-privado a la generación y mantenimiento de empresas	5
5	Desde la escuela, introducir orientación profesional, nuevas tecnologías	3
6	Administración en red, con agentes sociales para planificar una formación permanente	1
7	Apoyo de proyectos que fomenten la formación	0

Lista de propuestas generadas por el grupo EL PUERTO, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Grupo El Puerto Propuestas de acción concretas	votos
1	Plan de polígonos industriales: servicios, agroalimentarios y transformación básica	14
2	Plan medioambiental para el puerto y sus actividades. Hacia el Eco-puerto	14
7	Puerto de apoyo al turismo, deportivo, de ocio, histórico	10
4	Acabar con el polo químico de las actividades del puerto; iniciativa política y presión ciudadana	6
8	Integración urbanística del puerto y la ciudad. Conjunto urbanístico	4
10	Aprovechamiento del "hinterland" para agrupar Mercosur y Norte de África a tráfico de contenedores	4
9	Mejora de infraestructuras de un puerto para viajeros (África, Portugal) a cargo de una empresa pub/priv.	3
3	Recualificación profesional trabajadores de la pesca, preservando aspectos artesanales y tradicionales	0
5	Crear industrias de actividades actuales de transformación. Producción de más valor	0
6	Zona industrial acoplada al puerto, limpia y un puerto privatizado	0
11	Mejorar la política comercial de la Comunidad portuaria en general	0

Lista de propuestas generadas por el grupo SOSTENIBILIDAD, por orden de importancia:

Núm. de ref.	Grupo Sostenibilidad Propuestas de acción concretas
1	Procurar un desarrollo sostenible a través del consenso entre el sector de interés público y el privado, así como mediante la colaboración y complementariedad entre los sectores económicos y sociales. Su objetivo común debe ser hacer productos competitivos, permanentes (durables) y de calidad. También se deberá diversificar los productos (ejem. Agrarios) para que haya una ocupación de la mano de obra durante todo el año; incorporar a los jóvenes y dar formación medioambiental para cualificar al trabajador y a la cúpula empresarial. Los medios de comunicación podrían apoyar mostrando los buenos ejemplos de casos prácticos

Lista de propuestas generadas presentado en la sesión plenaria, por orden de importancia:

Num de ref.	Sesión plenaria Propuestas de acción concretas	Votos	Grupo de origen
	Nueva cultura empresarial. Nuevos empresarios. Nuevos negocios. Acercamiento sociedad–empresa en foros de debate, escuelas, universidades. Gestión de calidad total	6	Formación
	Formación adaptada a diferentes colectivos y en prospectiva con el desarrollo económico. Planificación en la que intervienen también los agentes sociales	3	Formación
	La Universidad como centro de innovación y acercamiento a la realidad laboral	17	Formación
	Apoyo público-privado a la generación y mantenimiento de nuevas empresas	8	Formación
	Planificación (rentabilizar los recursos) y accesibilidad (becas) para la formación. Homologación profesional entre formación ocupacional y reglada	6	Cohesión
	Uso de medios de comunicación como divulgadores de cultura. Medios tradicionales y nuevas tecnologías; redes públicas, discriminación positiva para colectivos marginados	8	Cohesión
	Crear una red de comunicaciones en la provincia	12	Cohesión
	Cursos de concienciación empresarial. Eliminación de barreras fiscales y administrativas para crearlas	7	Cohesión
	Más servicios sociales para mujeres, parados, familia, etc. Para facilitar el acceso al trabajo	0	Cohesión
	Ordenación del territorio; Plan de polígonos industriales razonables; pequeños, de transformación (Agroalimentaria); Integración urbanística; Acceso al hinterland (infraestructura)		
	Plan medioambiental para el puerto y sus actividades. Hacia el Eco-puerto		
	Puerto de apoyo al turismo, de viajeros, de ocio, histórico	25	El Puerto
	Procurar un desarrollo sostenible a través del consenso entre el sector de interés público y el privado, así como mediante la colaboración y complementariedad entre los sectores económicos y sociales. Su objetivo común debe ser hacer productos competitivos, permanentes (durables) y de calidad. También se deberá diversificar los productos (ejem. Agrarios) para que haya una ocupación de la mano de obra durante todo el año; incorporar a los jóvenes y dar formación medioambiental para cualificar al trabajador y a la cúpula empresarial. Los medios de comunicación podrían apoyar mostrando los buenos ejemplos de casos prácticos	26	Sostenibilidad

5. CONCLUSIONES DE LAS JORNADAS

Al término de las Jornadas se adoptaron las siguientes conclusiones generales sobre Huelva 2025: a la vista de los resultados, se recomienda que el Plan Estratégico de Huelva recoja los objetivos siguientes que constituyen visiones consensuadas al término de las Jornadas EASW:

- a) Una ciudad y una provincia que ofrecen calidad de vida



- Un nivel elevado de cohesión social, de solidaridad y de cultura de la convivencia, junto con excelentes servicios sociales y sanitarios.
- Un sistema educativo y de formación que facilite la igualdad de oportunidades.
- Una ciudad limpia, abierta al mar y un territorio provincial en desarrollo sostenible y que gestiona satisfactoriamente los recursos naturales.
- Un puerto interior adecuado para el ocio, el deporte y el turismo.

b) Un sistema productivo y logístico de carácter industrial

- Un puerto moderno y competitivo respetuoso del ambiente (Ecopuerto) centrado en el puerto exterior.
- Una concentración de las industrias básicas en zonas portuarias que no interfieran en la calidad urbana.
- Polígonos industriales inteligentes que concentren servicios logísticos, servicios a las empresas y nuevas actividades industriales de transformación de los productos agrícolas y otros recursos como el corcho y de las materias primas que proporciona el puerto, siempre sin afectar el medio ambiente (industrias limpias).
- Un sector agroalimentario y pesquero en el que las nuevas tecnologías son indisolubles a la protección ambiental.

c) Un turismo integrado en todo el territorio

- Una concentración temática de la oferta turística en relación el mundo latinoamericano (Puerta europea de América) y con la forma de ser sureña.
- Un turismo en interacción positiva con los parajes naturales (que no los afecta y que se siente atraído por ellos).

En esta Huelva deseada son innumerables las oportunidades de negocio y empleo, donde podemos resaltar:

- Servicios personales de proximidad, tercer sector.
- Servicios medioambientales.
- Servicios de formación.
- Industrias básicas y de transformación.
- Servicios a las empresas. Servicios de logística.
- Servicios culturales y de ocio.
- Servicios turísticos.

Aunque se requiere un equilibrio entre la modernización del pasado industrial y el desarrollo de la economía de los servicios, con el apoyo de las nuevas tecnologías de la información.

Pero ¿cómo conseguir esa Huelva deseable?. Para ello nos basamos en los dos siguientes pilares:

1. Un proceso de acumulación del conocimiento

- Enriquecimiento educativo y formativo de la población, en particular con las nuevas tecnologías de la información.
- Adquisición, transformación y desarrollo de nuevas tecnologías.

- Aprovechamiento de la capacidad organizativa de las instituciones.
2. Un proceso de planificación y gestión participativa
 - Elaboración de planes, estrategias.
 - Ordenación del territorio.
 - Planes de infraestructuras.
 - Planes ambientales.

¿Quién debe intervenir para conseguir la Huelva deseable?:

1. Una Administración pública, líder de la innovación, que rompe la cultura del subsidio y adopta las nuevas tecnologías.
2. Una Universidad, abierta a la sociedad, que abandona la torre de marfil para aportar educación, formación y nuevas soluciones tecnológicas.
3. Un tercer sector activo para evitar la exclusión social, promotor del desarrollo sostenible y del equilibrio social
4. Una empresa de calidad, ética y socialmente responsable, comprendida y apreciada por la sociedad como agente motor de las oportunidades de negocio y empleo; en especial se espera de los medios de comunicación que promuevan las buenas prácticas y divulguen la cultura y los valores de Huelva 2025.
5. Una voluntad común de llegar a la Huelva deseada mediante una colaboración de los agentes económicos y sociales y fórmulas de partenariado público-privado.

ANEXO
LA METODOLOGÍA EASW

La metodología EASW (European Awareness Scenario Workshop), empleada en estas Jornadas locales de Prospectiva, ha sido desarrollada en 1994 por la DG Empresas (ex-CE-Dirección General XIII-D2) que fomenta actualmente su uso en toda Europa. Los materiales a disposición de estos usuarios se componen de "Manual de Organización"; "Manual de Monitor"; "Video" y un "CD-ROM" en varios idiomas. Igualmente se cuenta con otros materiales editados y elaborados a partir de experiencias de aplicaciones realizadas a lo largo de los últimos años en diferentes países de la Unión Europea y en particular en varias ciudades españolas. La siguiente tabla nos muestra la lista de las aplicaciones de EASW entre 1995 y 1998.

País		País		País	
Lugar	Año	Lugar	Año	Lugar	Año
Austria		Greece		Spain (continue)	
Hirschbach	1998	Athens	1996	Bilbao	1998
Innsbruck	1997	Athens	1996	Bilbao	1999
Oststeiermark	1998	Kos, training	1997	Calvia	1998
Salzburg	1996	Kos	1997	Dehesa de la villa (Madrid)	1998
Salzburg	1997	Lavrion	1998	Gijon	1997
St Leonard am Forst	1995	Lavrion	1995	Madrid, training	1998
Vienna, training	1997	Volos	1998	Mallorca	1995
Vienna	1998	Italy		Pamplona	1998
Vienna	1998	Bologna	1998	Pamplona	1997
Vienna	1998	Cuneo	1996	Sevilla	1997
Belgium		Gubbio	1995	Vega baja (Alicante)	1999
Brussels	1998	Modena	1998	Sweden	
Denmark		Napoli	1996	Kalmar	1997
Aalborg	1998	Oriolo Romano	1997	Visby (Gotland)	1995
Copenhagen	1996	Orvieto	1997	Visby (Gotland)	1997
Copenhagen	1996	Perugia	1997	The Netherlands	
Kolding	1995	Roma	1998	Amsterdam	1997
Kolding	1998	Sesto/San Giovanni	1998	Bilthoven	1996
Lingby	1997	Torino	1997	Breda	1995
Finland		Torino	1995	United Kingdom	
Kuopio	1995	Torino	1995	Bristol	1998
France		Venice	1998	Glasgow	1995
Lyon	1995	Portugal		Newcastle	1998
Región parisienne		Oerias	1998		
Rennes	1998	Vieira do minho	1998	Non EC country	
Germany		Spain			
Berlin/Teltow	1998	Barcelona	1996	Slovakia	
Munich	1996	Bilbao	1996	High Tatras	1997

Escenarios de referencia

La metodología impulsada por la Comisión Europea, DGXIII-D, se inspira en la experiencia Danesa y Holandesa. Según estos últimos, los *Escenarios de evolución futura de los problemas urbanos medioambientales* se dirimen en base a la combinación de opciones tecnológicas y de colaboración y conciencia ciudadanas (véase gráfico siguiente). A saber:

Escenario 1. Que privilegia las soluciones individuales de carácter voluntario junto con la incorporación de las nuevas tecnologías en el hogar. Esto es, recogida selectiva y compostaje en el propio domicilio y tecnologías de bajo consumo energético y de agua, así como su depuración en el propio hogar.

Escenario 2. Cada individuo es responsable de solucionar los problemas medioambientales. La tecnología tiene un papel insignificante.

Escenario 3. Las soluciones tecnológicas a nivel de las autoridades locales tienen un papel predominante. La tecnología aplicada fuera del hogar tiene una importancia crucial. El tiempo que se dedica a solucionar problemas medioambientales en el hogar es escaso.

Escenario 4. Los residentes participan activamente en la solución de muchos problemas ambientales. La tecnología tiene un papel clave, pero el elemento principal es la colaboración entre los residentes.

Organización de un EASW

La preparación de una Jornada EASW gira entorno a tres ejes que son:

- Definir los objetivos vislumbrados por el organizador local.
- Determinar la duración del evento para conseguir estos objetivos y
- Establecer los criterios para seleccionar los participantes (interés en el tema, actores institucionales, perfil profesional y disponibilidad).

GRÁFICO 21

EJES SOBRE LOS QUE SE BASA LA METODOLOGÍA EASW



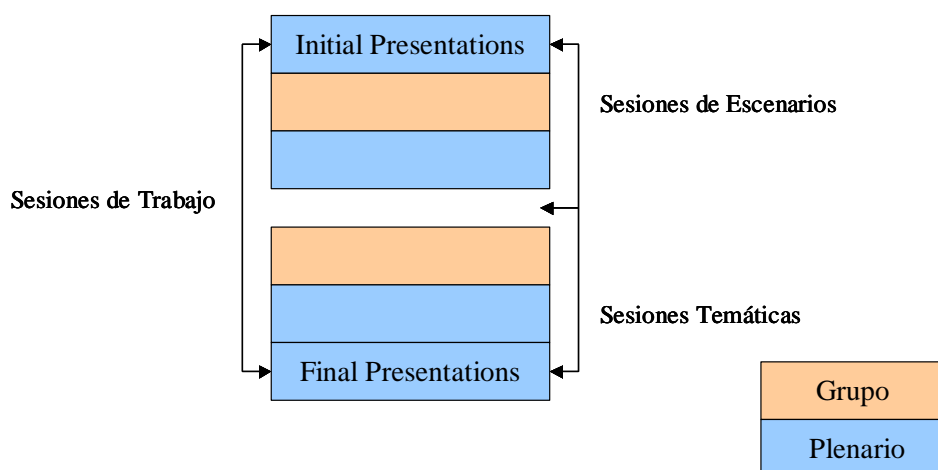
Fuente: Elaboración propia.

Estos ejes delimitan el ámbito donde la metodología y las herramientas a disposición deben adaptarse al contexto del evento (oportunidades de empleo y negocio en Huelva, 2025).

La organización de unas Jornadas consiste en reunir entre 24 y 30 personas a lo largo de uno a dos días, con apoyo de un equipo técnico de monitores compuesto por cinco personas: un coordinador y cuatro monitores de grupos. Tanto los contenidos de las tareas técnicas como las de organización están descritos y estandarizados en los materiales EASW arriba citados. El organizador local así como el coordinador intentan convocar e implicar a representantes de numerosos actores sociales locales (ciudadanos, empresarios, tecnólogos, políticos).

El programa cronológico y las fases de trabajo

Las sesiones de trabajo o programa cronológico para un EASW alternan las sesiones plenarias con el trabajo en grupos de 6 a 8 personas. La sesión plenaria está dedicada a las actividades que necesitan una audiencia general para las presentaciones iniciales y finales así como para las presentaciones de los resultados de cada grupo a los demás participantes.



Las actividades de los participantes durante los días de celebración de unas Jornadas de Prospectiva se articulan básicamente en cuatro fases:

Fase I: Preliminares. Presentaciones personales e institucionales. Introducción general al tema de las jornadas.

Fase II: Construcción de escenarios o prospectivas sobre futuros posibles.

Distribución de los participantes en grupos sociales.

Sesión 1.^a—Acontecimientos futuros posibles.

Sesión 2.^a—Evaluación de control y prioridades.

Sesión plenaria.—Presentación de conclusiones.

Fase III: Soluciones socio-técnicas para vislumbrar mejoras inmediatas.

Distribución de los participantes en grupos temáticos.

Sesión 3.^a—Generación de ideas y soluciones a problemas (qué, cómo y quién).

Sesión plenaria.—Presentación de conclusiones y puntuación de las ideas y propuestas.

Fase IV: Difusión de conclusiones.

Inmediata.—Sesión pública abierta al público. Nota de prensa.

Posterior.—Análisis en profundidad y redacción del informe final.

La jornada empieza generalmente con una serie de presentaciones al menos del coordinador y del promotor local del evento. El coordinador suele introducir la metodología al público y enfocarla a su aplicación local. El promotor local suele presentar un histórico del estado actual de la cuestión (escenario 0) y las expectativas puestas en tales eventos participativos para la toma de conciencia y de decisión hacia el futuro.

Las sesiones de trabajo alternan sesiones de grupos y plenarias. La sesión de grupo toma en consideración la diversidad de las opiniones mientras la sesión plenaria persigue una evalua-

ción común de las propuestas emergentes de las sesiones de grupos. Todos los procedimientos seguidos durante las sesiones de trabajo están orientados en producir un mensaje inteligible para los demás participantes.

El trabajo perseguido en la sesión de grupo consiste en generar ideas individualmente para luego elaborarlas a través de un dialogo interno al grupo y, mediante una votación o una discusión colectiva, consensuar las prioridades vistas desde el grupo.

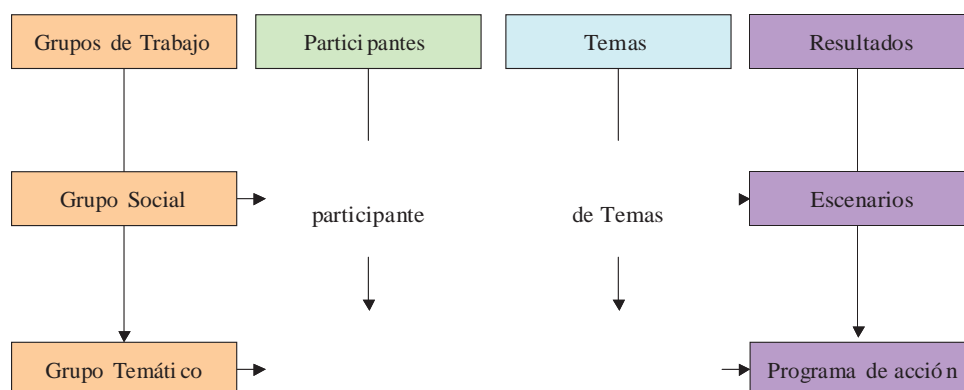
El trabajo en sesión plenaria empieza por la presentación de los resultados de cada grupo (grupo social o grupo temático) a los demás participantes y votar colectivamente para elegir los más relevantes.

Aparece también muy instructivo de comparar los resultados de cada grupo con los de la plenaria. Se aparenta a comparar la identidad (el grupo) y el consenso (comunidad) y clarificar los aspectos convergentes o específicos (barreras) de cada grupo para un futuro mejor.

La jornada acaba con la presentación de los resultados inmediatos alcanzados durante las sesiones de trabajo y los primeros comentarios sobre los mismos. Participantes exteriores y los medios suelen ser invitados a esta ocasión para empezar el proceso de difusión.

La estructura de trabajo

Las sesiones de trabajo en grupo agrupan y mezclan participantes y temas para suministrar un diagnostico y una estrategia. El sinóptico puede ser visto como una representación de la estructura de trabajo por grupos.



Este sinóptico tiene una lectura horizontal y vertical.

a) La lectura vertical

La metodología original de las jornadas se caracteriza por tener 2 sesiones de trabajo en grupos: el grupo social y el grupo temático. Los resultados de los grupos de trabajo son presentados en sesión abierta para obtener un consenso mediante una votación (prioridad).

Los participantes son en primer lugar agrupados por su afiliación a un determinado grupo social y son luego mezclados según el interés particular dentro de los grupos temáticos.

Dos tipos de resultados están presentados en la sesión plenaria, un diagnostico (visiones organizadas en escenarios) y una estrategia (programa de acción) sobre el futuro del tema central. Fomentar la concienciación y la toma de decisión son consistentes con las dos sesiones de trabajo en grupo, a saber que el proceso de vislumbrar el futuro favorece la concienciación y el plan de acción representa un paso adelante en el proceso de consensuar las decisiones.

b) La lectura horizontal

El *grupo social* está constituido por participantes con similar perfil social posibilitando así que las visiones generadas sean representativas de tal grupo en la percepción y pensamiento del tema central.

El *grupo temático* trabaja en definir o identificar las acciones entorno a un tema único y con participantes caracterizados por una mezcla (diversidad) de actores sociales.

El motivo central del sinóptico representa una configuración cruzada entre un enfoque único y múltiple dependiendo de la composición (participantes) y del contenido (temas) de los grupos de trabajo.

Proceso de reflexión EASW

<p>¿HACIA QUE FUTURO NOS DIRIGIMOS?</p> <p>¿QUE FUTURO DESEAMOS CONSTRUIR?</p> <p>¿CUAL EVITAR?</p> <p>¿ACCIONES POSIBLES PARA ORIENTARNOS HACIA PAUTAS DE VIDA SOSTENIBLES?</p> <p>¿HACER QUÉ?,</p> <p>¿CÓMO? Y ¿QUIÉN PUEDE HACERLO?</p>
--

**DOCUMENTOS DE TRABAJO EDITADOS POR EL
INSTITUTO DE ESTUDIOS FISCALES**

2000

- 1/00 Ciudadanos, contribuyentes y expertos: Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 1999.
Autor: Área de Sociología Tributaria.
- 2/00 Los costes de cumplimiento en el IRPF 1998.
Autores: M.^a Luisa Delgado, Consuelo Díaz y Fernando Prats.
- 3/00 La imposición sobre hidrocarburos en España y en la Unión Europea.
Autores: Valentín Edo Hernández y Javier Rodríguez Luengo.

2001

- 1/01 Régimen fiscal de los seguros de vida individuales.
Autor: Ángel Esteban Paúl.
- 2/01 Ciudadanos, contribuyentes y expertos: Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2000.
Autor: Área de Sociología Tributaria.
- 3/01 Inversiones españolas en el exterior. Medidas para evitar la doble imposición internacional en el Impuesto sobre Sociedades.
Autora: Amelia Maroto Sáez.
- 4/01 Ejercicios sobre competencia fiscal perjudicial en el seno de la Unión Europea y de la OCDE: Semejanzas y diferencias.
Autora: Ascensión Maldonado García-Verdugo.
- 5/01 Procesos de coordinación e integración de las Administraciones Tributarias y Aduaneras. Situación en los países iberoamericanos y propuestas de futuro.
Autores: Fernando Díaz Yubero y Raúl Junquera Valera.
- 6/01 La fiscalidad del comercio electrónico. Imposición directa.
Autor: José Antonio Rodríguez Ondarza.
- 7/01 Breve curso de introducción a la programación en Stata (6.0).
Autor: Sergi Jiménez-Martín.
- 8/01 Jurisprudencia del Tribunal de Luxemburgo e Impuesto sobre Sociedades.
Autor: Juan López Rodríguez.
- 9/01 Los convenios y tratados internacionales en materia de doble imposición.
Autor: José Antonio Bustos Buiza.
- 10/01 El consumo familiar de bienes y servicios públicos en España.
Autor: Subdirección General de Estudios Presupuestarios y del Gasto Público.
- 11/01 Fiscalidad de las transferencias de tecnología y jurisprudencia.
Autor: Néstor Carmona Fernández.
- 12/01 Tributación de la entidad de tenencia de valores extranjeros española y de sus socios.
Autora: Silvia López Ribas.
- 13/01 El profesor Flores de Lemus y los estudios de Hacienda Pública en España.
Autora: María José Aracil Fernández.
- 14/01 La nueva Ley General Tributaria: marco de aplicación de los tributos.
Autor: Javier Martín Fernández.
- 15/01 Principios jurídico-fiscales de la reforma del impuesto sobre la renta.
Autor: José Manuel Tejerizo López.
- 16/01 Tendencias actuales en materia de intercambio de información entre Administraciones Tributarias.
Autor: José Manuel Calderón Carrero.
- 17/01 El papel del profesor Fuentes Quintana en el avance de los estudios de Hacienda Pública en España.
Autora: María José Aracil Fernández.
- 18/01 Regímenes especiales de tributación para las pequeñas y medianas empresas en América Latina.
Autores: Raúl Félix Junquera Varela y Joaquín Pérez Huete.
- 19/01 Principios, derechos y garantías constitucionales del régimen sancionador tributario.
Autores: Varios autores.
- 20/01 Directiva sobre fiscalidad del ahorro. Estado del debate.
Autor: Francisco José Delmas González.
- 21/01 Régimen Jurídico de las consultas tributarias en derecho español y comparado.
Autor: Francisco D. Adame Martínez.
- 22/01 Medidas antielusión fiscal.
Autor: Eduardo Sanz Gadea.

- 23/01 La incidencia de la reforma del Impuesto sobre Sociedades según el tamaño de la empresa.
Autores: Antonio Martínez Arias, Elena Fernández Rodríguez y Santiago Álvarez García.
- 24/01 La asistencia mutua en materia de recaudación tributaria.
Autor: Francisco Alfredo García Prats.
- 25/01 El impacto de la reforma del IRPF en la presión fiscal indirecta. (Los costes de cumplimiento en el IRPF 1998 y 1999).
Autor: Área de Sociología Tributaria.

2002

- 1/02 Nueva posición de la OCDE en materia de paraísos fiscales.
Autora: Ascensión Maldonado García-Verdugo.
- 2/02 La tributación de las ganancias de capital en el IRPF: de dónde venimos y hacia dónde vamos.
Autor: Fernando Rodrigo Sauco.
- 3/02 A tax administration for a considered action at the crossroads of time.
Autora: M.^a Amparo Grau Ruiz.
- 4/02 Algunas consideraciones en torno a la interrelación entre los convenios de doble imposición y el derecho comunitario Europeo: ¿Hacia la "comunitarización" de los CDIs?
Autor: José Manuel Calderón Carrero.
- 5/02 La modificación del modelo de convenio de la OCDE para evitar la doble imposición internacional y prevenir la evasión fiscal. Interpretación y novedades de la versión del año 2000: la eliminación del artículo 14 sobre la tributación de los Servicios profesionales independientes y el remozado trato fiscal a las *partnerships*.
Autor: Fernando Serrano Antón.
- 6/02 Los convenios para evitar la doble imposición: análisis de sus ventajas e inconvenientes.
Autores: José María Vallejo Chamorro y Manuel Gutiérrez Lousa.
- 7/02 La Ley General de Estabilidad Presupuestaria y el procedimiento de aprobación de los presupuestos.
Autor: Andrés Jiménez Díaz.
- 8/02 IRPF y familia en España: Reflexiones ante la reforma.
Autor: Francisco J. Fernández Cabanillas.
- 9/02 Novedades en el Impuesto sobre Sociedades en el año 2002.
Autor: Manuel Santolaya Blay.
- 10/02 Un apunte sobre la fiscalidad en el comercio electrónico.
Autora: Amparo de Lara Pérez.
- 11/02 I Jornada metodológica "Jaime García Añoveros" sobre la metodología académica y la enseñanza del Derecho financiero y tributario.
Autores: Pedro Herrera Molina y Pablo Chico de la Cámara (coord.).
- 12/02 Estimación del capital público, capital privado y capital humano para la UE-15.
Autoras: M.^a Jesús Delgado Rodríguez e Inmaculada Álvarez Ayuso.
- 13/02 Líneas de Reforma del Impuesto de Sociedades en el contexto de la Unión Europea.
Autores: Santiago Álvarez García y Desiderio Romero Jordán.
- 14/02 Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2001.
Autor: Área de Sociología Tributaria. Instituto de Estudios Fiscales.
- 15/02 Las medidas antielusión en los convenios de doble imposición y en la Fiscalidad internacional.
Autor: Abelardo Delgado Pacheco.
- 16/02 Brief report on direct an tax incentives for R&D investment in Spain.
Autores: Antonio Fonfría Mesa, Desiderio Romero Jordán y José Félix Sanz Sanz.
- 17/02 Evolución de la armonización comunitaria del Impuesto sobre Sociedades en materia contable y fiscal.
Autores: Elena Fernández Rodríguez y Santiago Álvarez García.
- 18/02 Transparencia Fiscal Internacional.
Autor: Eduardo Sanz Gadea.
- 19/02 La Directiva sobre fiscalidad del ahorro.
Autor: Francisco José Delmas González.
- 20A/02 Anuario Tributario de Jurisprudencia sistematizada y comentada 1999. TOMO I. Parte General. Volumen 1.
Autor: Instituto de Estudios Fiscales.
- 20B/02 Anuario Tributario de Jurisprudencia sistematizada y comentada 1999. TOMO I. Parte General. Volumen 2.
Autor: Instituto de Estudios Fiscales.
- 21A/02 Anuario Tributario de Jurisprudencia sistematizada y comentada 1999. TOMO II. Parte Especial. Volumen 1.
Autor: Instituto de Estudios Fiscales.
- 21B/02 Anuario Tributario de Jurisprudencia sistematizada y comentada 1999. TOMO II. Parte Especial. Volumen 2.
Autor: Instituto de Estudios Fiscales.
- 22/02 Medidas unilaterales para evitar la doble imposición internacional.
Autor: Rafael Cosín Ochaíta.
- 23/02 Instrumentos de asistencia mutua en materia de intercambios de información (Impuestos Directos e IVA).
Autora: M.^a Dolores Bustamante Esquivias.
- 24/02 Algunos aspectos problemáticos en la fiscalidad de no residentes.
Autores: Néstor Carmona Fernández, Fernando Serrano Antón y José Antonio Bustos Buiza.

- 25/02 Derechos y garantías de los contribuyentes en Francia.
Autor: José María Tovillas Morán.
- 26/02 El Impuesto sobre Sociedades en la Unión Europea: Situación actual y rasgos básicos de su evolución en la última década.
Autora: Raquel Paredes Gómez.
- 27/02 Un paso más en la colaboración tributaria a través de la formación: el programa Fiscalis de la Unión Europea.
Autores: Javier Martín Fernández y M.^a Amparo Grau Ruiz.
- 28/02 El comercio electrónico internacional y la tributación directa: reparto de las potestades tributarias.
Autor: Javier González Carcedo.
- 29/02 La discrecionalidad en el derecho tributario: hacia la elaboración de una teoría del interés general.
Autora: Carmen Uriol Egido.
- 30/02 Reforma del Impuesto sobre Sociedades y de la tributación empresarial.
Autor: Emilio Albi Ibáñez.

2003

- 1/03 Incentivos fiscales y sociales a la incorporación de la mujer al mercado de trabajo.
Autora: Anabel Zárate Marco.
- 2/03 Contabilidad versus fiscalidad: situación actual y perspectivas de futuro en el marco del Libro Blanco de la contabilidad.
Autores: Elena Fernández Rodríguez, Antonio Martínez Arias y Santiago Álvarez García.
- 3/03 Aspectos metodológicos de la Economía y de la Hacienda Pública.
Autor: Desiderio Romero Jordán.
- 4/03 La enseñanza de la Economía: algunas reflexiones sobre la metodología y el control de la actividad docente.
Autor: Desiderio Romero Jordán.
- 5/03 Errores más frecuentes en la evaluación de políticas y proyectos.
Autores: Joan Pasqual Rocabert y Guadalupe Souto Nieves.
- 6/03 Traducciones al español de libros de Hacienda Pública (1767-1970).
Autoras: Rocío Sánchez Lissén y M.^a José Aracil Fernández.
- 7/03 Tributación de los productos financieros derivados.
Autor: Ángel Esteban Paúl.
- 8/03 Tarifas no uniformes: servicio de suministro doméstico de agua.
Autores: Santiago Álvarez García, Marián García Valiñas y Javier Suárez Pandiello.
- 9/03 ¿Mercado, reglas fiscales o coordinación? Una revisión de los mecanismos para contener el endeudamiento de los niveles inferiores de gobierno.
Autor: Roberto Fernández Llera.
- 10/03 Propuestas de introducción de técnicas de simplificación en el procedimiento sancionador tributario.
Autora: Ana María Juan Lozano.
- 11/03 La imposición propia como ingreso de la Hacienda autonómica en España.
Autores: Diego Gómez Díaz y Alfredo Iglesias Suárez.
- 12/03 Quince años de modelo dual de IRPF: Experiencias y efectos.
Autor: Fidel Picos Sánchez.
- 13/03 La medición del grado de discrecionalidad de las decisiones presupuestarias de las Comunidades Autónomas.
Autor: Ramón Barberán Ortí.
- 14/03 Aspectos más destacados de las Administraciones Tributarias avanzadas.
Autor: Fernando Díaz Yubero.
- 15/03 La fiscalidad del ahorro en la Unión Europea: entre la armonización fiscal y la competencia de los sistemas tributarios nacionales.
Autores: Santiago Álvarez García, María Luisa Fernández de Soto Blass y Ana Isabel González González.
- 16/03 Análisis estadístico de la litigiosidad en los Tribunales de Justicia. Jurisdicción contencioso-administrativa (período 1990/2000).
Autores: Eva Andrés Aucejo y Vicente Royuela Mora.
- 17/03 Incentivos fiscales a la investigación, desarrollo e innovación.
Autora: Paloma Tobes Portillo.
- 18/03 Modelo de Código Tributario Ambiental para América Latina.
Directores: Miguel Buñuel González y Pedro M. Herrera Molina.
- 19/03 Régimen fiscal de la sociedad europea.
Autores: Juan López Rodríguez y Pedro M. Herrera Molina.
- 20/03 Reflexiones en torno al debate del impacto económico de la regulación y los procesos institucionales para su reforma.
Autores: Anabel Zárate Marco y Jaime Vallés Giménez.
- 21/03 La medición de la equidad en la implementación de los sistemas impositivos.
Autores: Marta Pascual y José María Sarabia.
- 22/03 Análisis estadístico de la litigiosidad experimentada en el Tribunal Económico Administrativo Regional de Cataluña (1990-2000)
Autores: Eva Andrés Aucejo y Vicente Royuela Mora.

- 23/03 Incidencias de las NIIF en el ámbito de la contabilidad pública.
Autor: José Antonio Monzó Torrecillas.
- 24/03 El régimen de atribución de rentas tras la última reforma del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
Autor: Domingo Carbajo Vasco.
- 25/03 Los grupos de empresas en España. Aspectos fiscales y estadísticos.
Autores: María Antonia Truyols Martí y Luis Esteban Barbado Miguel.
- 26/03 Metodología del Derecho Tributario.
Autor: Pedro Manuel Herrera Molina.
- 27/03 Estado actual y perspectivas de la tributación de los beneficios de las empresas en el marco de las iniciativas de la Comisión de la Unión Europea.
Autor: Eduardo Sanz Gadea.
- 28/03 Créditos iniciales y gastos de la Administración General del Estado. Indicadores de credibilidad y eficacia (1988-2001).
Autores: Ana Fuentes y Carmen Marcos.
- 29/03 La Base Imponible. Concepto y determinación de la Base Imponible. Bienes y derechos no contabilizados o no declarados: presunción de obtención de rentas. Revalorizaciones contables voluntarias. (Arts. 10, 140, 141 y 148 de la LIS.)
Autor: Alfonso Gota Losada.
- 30/03 La productividad en la Unión Europea, 1977-2002.
Autores: José Villaverde Castro y Blanca Sánchez-Robles.

2004

- 1/04 Estudio comparativo de los convenios suscritos por España respecto al Convenio Modelo de la OCDE.
Autor: Tomás Sánchez Fernández.
- 2/04 Hacienda Pública: enfoques y contenidos.
Autor: Santiago Álvarez García.
- 3/04 Los instrumentos de solidaridad interterritorial en el marco de la revisión de la política regional europea. Análisis de su actuación y propuestas de reforma.
Autor: Alfonso Utrilla de la Hoz.
- 4/04 Política fiscal en la Unión Europea: antecedentes, situación actual y planteamientos de futuro.
Autores: M.^a del Pilar Blanco Corral y Alfredo Iglesias Suárez.
- 5/04 El defensor del contribuyente, un estudio de derecho comparado: Italia y EEUU.
Autores: Eva Andrés Aucejo y José Andrés Rozas Valdés.
- 6/04 El Impuesto Especial sobre los Hidrocarburos y el Medio Ambiente.
Autor: Javier Rodríguez Luengo.
- 7/04 Gestión pública: organización de los tribunales y del despacho judicial.
Autor: Francisco J. Fernández Cabanillas.
- 8/04 Una aproximación al contenido de los conceptos de discriminación y restricción en el Derecho Comunitario.
Autora: Gabriela González García.
- 9/04 Los determinantes de la inmigración internacional en España: evidencia empírica 1991-1999.
Autor: Iván Moreno Torres.
- 10/04 Ética fiscal.
Coord.: Santiago Álvarez García y Pedro M. Herrera Molina.
- 11/04 Las normas antiparaiso fiscal españolas y su compatibilidad con el Derecho Comunitario: el caso específico de Malta y Chipre tras la adhesión a la Unión Europea.
Autores: José Manuel Calderón Carrero y Adolfo Martín Jiménez.
- 12/04 La articulación de la participación española en los organismos multilaterales de desarrollo con las políticas de comercio exterior.
Autor: Ángel Esteban Paul.
- 13/04 Tributación internacional de profesores y estudiantes.
Autor: Emilio Aguas Alcalde.
- 14/04 La convergencia entre contabilidad financiera pública y contabilidad nacional: una aproximación teórica con especial referencia a los criterios de valoración.
Autor: Manuel Pedro Rodríguez Bolívar.
- 15/04 Situación actual y perspectivas de futuro de los impuestos directos de la Unión Europea.
Autores: Juan José Rubio Guerrero y Begoña Barroso Castillo.
- 16/04 La ética en el diseño y aplicación de los sistemas tributarios.
Coord.: Santiago Álvarez García y Pedro M. Herrera Molina.
- 17/04 El sector público y la inversión en vivienda: la deducción por inversión en vivienda habitual en España.
Autores: Francisco Adame Martínez, José Ignacio Castillo Manzano y Lourdes López Valpuesta.
- 18/04 Discriminación fiscal de la familia a través del IRPF. Incidencia de la diversidad territorial en la desigualdad de tratamiento.
Autora: M. Carmen Moreno Moreno
- 19/04 Las aglomeraciones urbanas desde la perspectiva de la Hacienda Pública.
Autora: María Cadaval Sampedro.
- 20/04 La autonomía tributaria de las Comunidades Autónomas de régimen común.
Autores: Santiago Álvarez García, Antonio Aparicio Pérez y Ana Isabel González González.

- 21/04 Neutralidad del Impuesto sobre Sociedades español en el contexto europeo. Análisis del Informe “Fiscalidad de las empresas en el Mercado Interior (2001)”.
Autora: Raquel Paredes Gómez.
- 22/04 El impuesto de Sociedades en la Europa de los veinticinco: un análisis comparado de las principales partidas.
Autores: José Félix Sanz, Desiderio Romero, Santiago Álvarez, Germán Chocarro y Yolanda Ubago.
- 23/04 La cooperación administrativa en la Unión Europea: el programa FISCALIS 2007.
Autor: Ernesto García Sobrino.
- 24/04 La financiación de las elecciones generales en España, 1977-2000.
Autores: Enrique García Viñuela y Joaquín Artés Caselles.
- 25/04 Análisis estadístico de la litigiosidad en los Tribunales Económico-Administrativos Regionales y Central.
Autores: Eva Andrés Aucejo y Vicente Royuela Mora.
- 26/04 La cláusula de procedimiento amistoso de los convenios para evitar la doble imposición internacional. La experiencia española y el Derecho comparado.
Autor: Fernando Serrano Antón.
- 27/04 Distribución de la renta y crecimiento.
Autor: Miguel Ángel Galindo Martín.
- 28/04 Evaluación de la efectividad de la política de cooperación en la innovación: revisión de la literatura.
Autores: Joost Heijs, Mikel Buesa, Liliana Herrera, Javier Sáiz Briones y Patricia Valadez.
- 29/04 Régimen fiscal del patrimonio protegido de los discapacitados.
Autor: Joaquín Pérez Huete.
- 30/04 La fiscalidad del seguro individual.
Autora: Roberta Poza Cid.

2005

- 1/05 La circulación de valores en Contabilidad Nacional: análisis de los elementos de los estados financieros desde un punto de vista conceptual.
Autor: Manuel Pedro Rodríguez Bolívar.
- 2/05 Comentarios al Reglamento de obligaciones de información respecto de participaciones preferentes y otros instrumentos de deuda y de determinadas rentas obtenidas por personas físicas residentes en la Unión Europea.
Autor: Francisco José Delmas González.
- 3/05 Presupuesto de la Unión Europea, impacto presupuestario de las ampliaciones y perspectivas financieras.
Autor: Juan Carlos Graciano Regalado.
- 4/05 La imposición sobre las actividades económicas en la Hacienda local a los 25 años de la Constitución.
Autor: Francisco Poveda Blanco.
- 5/05 Objetivos tecnológicos y de internacionalización de las políticas de apoyo a las PYME en Europa.
Autor: Antonio Fonfría Mesa.
- 6/05 Sector público y convergencia económica en la UE.
Autores: María Jesús Delgado Rodríguez e Inmaculada Álvarez Ayuso.
- 7/05 La tributación de las plusvalías en el ámbito europeo: una visión de síntesis.
Autor: Fernando Rodrigo Sauco.
- 8/05 El concepto de beneficiario efectivo en los convenios para evitar la doble imposición.
Autor: Félix Alberto Vega Borrego.
- 9/05 Los precios de transferencia: su tratamiento tributario desde una perspectiva europea.
Autor: Francisco Alfredo García Prats.
- 10/05 Comentarios a la Directiva del régimen fiscal de reorganizaciones empresariales.
Autor: Juan López Rodríguez.
- 11/05 Opiniones y actitudes fiscales de los españoles en 2004.
Autor: Área de Sociología Tributaria. Subdirección General de Estudios Tributarios. Instituto de Estudios Fiscales.
- 12/05 El debate de la financiación autonómica con los resultados del nuevo sistema en 2002.
Autor: Miguel Ángel García Díaz.
- 13/05 Medidas antielusión fiscal.
Autor: Eduardo Sanz Gadea.
- 14/05 Income taxation: a structure built on sand.
Autor: John Prebble.
- 15/05 La muestra de declarantes de IRPF de 2002: descripción general y principales magnitudes.
Autores: Fidel Picos Sánchez, María Antigueira Pérez, César Pérez López, Alfredo Moreno Sáez, Carmen Marcos García y Santiago Díaz de Sarralde Míguez.
- 16/05 La política presupuestaria de las Comunidades Autónomas.
Autores: Miguel Ángel García Díaz, Ana Herrero Alcalde y Alfonso Utrilla de la Hoz.
- 17/05 La deducción por reinversión de beneficios extraordinarios en inmovilizado financiero.
Autora: Nuria Puebla Agramunt.
- 18/05 Los Entes locales como sujetos pasivos del Impuesto sobre el Valor Añadido: una visión general.
Autor: Javier Martín Fernández.
- 19/05 El gravamen en el IRPF de las ganancias de patrimonio en España.
Autora: Cristina de León Cabeta.

- 20/05 La liquidación del sistema de financiación autonómico en 2003 y el sistema de entregas a cuenta.
Autor: Alfonso Utrilla de la Hoz.
- 21/05 Energy taxation in the European Union. Past negotiations and future perspectives.
Autor: Jacob Klok.
- 22/05 Medidas antiabuso en los convenios para evitar la doble imposición internacional.
Autora: Amelia Maroto Sáez.
- 23/05 La fiscalidad internacional del comercio electrónico.
Autor: Francisco José Nocete Correa.
- 24/05 La tributación de los sistemas de previsión social en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
Autora: Susana Bokobo Moiche.
- 25/05 Unidad o pluralidad de actos en el Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados: un análisis jurídico privado.
Autores: Iñaki Bilbao Estrada y Juan Carlos Santana Molina.
- 26/05 La relación entre el *cash flow* y la oferta monetaria: el caso de algunos países de la Unión Europea.
Autores: Miguel Angel Galindo Martín, Agustín Álvarez Herranz y María Teresa Méndez Picazo.
- 27/05 Una aproximación al sistema fiscal del antiguo régimen. La recaudación de tributos en ferias y mercados en Castilla en el siglo XVIII.
Autora: María del Mar López Pérez.
- 28/5 Naturaleza jurídica y efectos de las contestaciones a consultas tributarias.
Autor: Francisco D. Adame Martínez.
- 29/5 La educación fiscal en España.
Autoras: M.^a Luisa Delgado, Marta Fernández, Ascensión Maldonado, Concha Roldán y M.^a Luisa Valdenebro.
- 30/05 La tributación de las rentas del capital en el IRPF: gravamen dual o único.
Autor: Teodoro Cordón Ezquerro.

2006

- 1/06 El Impuesto sobre el Valor Añadido en el proceso urbanístico: un análisis a la luz de la jurisprudencia y la doctrina administrativa.
Autor: Jesús Rodríguez Márquez.
- 2/06 Principales características del gravamen del beneficio de la PYME en otros países de la Unión Europea.
Autora: Raquel Paredes Gómez.
- 3/06 Política fiscal y capital social.
Autora: María Soledad Castaño Martínez.
- 4/06 Panorámica de la Formación Continua en España.
Autora: María José Martín Rodrigo.
- 5/06 Alta dirección en la Administración Pública ¿Política de género? Buscando caminos.
Autoras: M.^a José Llombart Bosch, Milagro Montalvo Santamaría, Victoria Galera Vega y Ana Aguado Higón.
- 6/06 La influencia de la fiscalidad en las distintas formas de inversión bursátil. Informe.
Autor: César García Novoa.
- 7/06 Códigos de conducta en el orden tributario.
Autores: José A. Rozas Valdés, Montserrat Casanella Chuecos y Pablo García Mexía.
- 8/06 Previsiones financieras de las Comunidades Autónomas para 2006.
Autor: Instituto de Estudios Fiscales.
- 9/06 El empresario en el futuro económico onubense.
Autores: Emilio Fintela, Joaquín Guzmán, Manuela S. de Paz y María de la O Barroso.