

FEED

Estudios de Diagnóstico
y Potencialidad en el
corredor siderúrgico



edita: Ayuntamiento de Avilés. Ayuntamiento de Gijón

Diseño: SIGNUM, Comunicación y Diseño

Maquetación: Milenium

Imprime: Gráficas Covadonga

Depósito Legal: AS-2742-2006



“**Corredor Siderúrgico**” define un territorio homogéneo, geográfico y económicamente localizado en la costa central asturiana, que abarca siete concejos articulados en torno a dos grandes ejes urbanos: Avilés y Gijón. A estos siete concejos se han unido otras 7 entidades públicas y sociales para el desarrollo de un proyecto en el marco de la Iniciativa Comunitaria Equal. De esta forma, “Corredor Siderúrgico” define también a la *Agrupación de Desarrollo* creada para abordar innovadoras propuestas de trabajo en materia de inserción y cultura emprendedora en el territorio, dirigidas a las personas con menores posibilidades de acceso al mercado de trabajo.

En el año 2005 comenzó la puesta en marcha del proyecto “**Ciudades del Acero: Espacio Emprendedor**”, una apuesta de la Agrupación de Desarrollo “Corredor Siderúrgico” por crear un entorno favorable de fomento de la iniciativa emprendedora, apoyando los servicios existentes y acercándolos hacia aquellas personas que se encuentran alejadas de pensar en el autoempleo como una posibilidad para su inserción laboral y social.

En este marco de creación de un clima favorable y de apoyo al impulso emprendedor, se han realizado 6 estudios de diagnóstico sectoriales empresariales, con el objetivo de poner en manos de las personas emprendedoras, análisis del potencial de algunas actividades económicas consideradas como nuevos yacimientos de empleo y con especial interés de desarrollo en el territorio Corredor Siderúrgico.

Esta publicación pretende pues, presentar un resumen de cada uno de los sectores estudiados, con sus principales elementos de análisis y las conclusiones más significativas de interés para las personas emprendedoras, en cuanto a ideas y sugerencias para la creación de nuevas empresas y negocios, y para las Entidades miembro de la Agrupación de Desarrollo, en cuanto al fomento de medidas que dinamizarán el desarrollo y potencialidad de los seis sectores empresariales en los concejos objeto de los estudios.

Los seis estudios de diagnóstico y potencialidad, realizados por cinco empresas asturianas, dirigidas por técnicos y técnicas pertenecientes a las Entidades miembro de la Agrupación de Desarrollo “Corredor Siderúrgico”, tienen los mismos criterios metodológicos: Un contexto territorial, la situación actual de cada uno de los sectores y el análisis del tejido empresarial que los conforma, incidiendo en las fortalezas / debilidades, amenazas / oportunidades de cada uno de ellos. Todos desde un diagnóstico que incorpora la perspectiva de género en cuanto a las barreras que limitan la entrada de las mujeres a las empresas.

Los estudios se incorporan al conjunto de medidas y actuaciones que se vienen realizando como un ambicioso instrumento de análisis para la motivación y el desarrollo empresarial en nuestro territorio.



1. OCIO Y CULTURA	
1.	Introducción 9
1.1.	Objetivos del estudio 9
1.2.	Marco socioeconómico del territorio 9
1.3.	Metodología empleada 10
2.	Análisis de la oferta 10
2.1.	Datos generales de las empresas del sector 10
2.2.	Perfil de las personas promotoras de las empresas ocioculturales 11
2.3.	Análisis de los recursos humanos de las empresas ocioculturales 13
2.4.	Perfil profesional demandado por las empresas del Corredor Siderúrgico 14
2.5.	La cooperación empresarial entre las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico 15
2.6.	Factores estratégicos y opiniones de las personas emprendedoras del Corredor Siderúrgico sobre el sector 15
3.	Análisis de la demanda 16
4.	Análisis D.A.F.O. 20
4.1.	Análisis de las debilidades y amenazas de las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico . 20
4.2.	Análisis de las fortalezas y oportunidades de las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico .. 21
5.	Conclusiones y recomendaciones 22
5.1.	Conclusiones 22
5.2.	Recomendaciones 24
2. SOCIEDAD DEL RIESGO	
1.	Presentación del trabajo 29
2.	La Sociedad del Riesgo 29
3.	Oferta de servicios de la Sociedad del Riesgo 34
4.	Demanda de servicios de la Sociedad del Riesgo 36
5.	Análisis DAFO de los ámbitos de la Sociedad del Riesgo 38
6.	Conclusiones 42
7.	Recomendaciones 44
3. SERVICIOS A LAS PERSONAS	
1.	Introducción 49
2.	Metodología 49
3.	Marco socioeconómico 51
4.	Análisis de resultados 54
5.	Análisis DAFO 60
6.	Conclusiones 62
7.	Recomendaciones 63
4. SECTOR AUDIOVISUAL	
1.	Objetivos del estudio 67
2.	Fuentes de información 67
3.	Introducción al sector audiovisual 67
4.	Trabajo de campo 71
5.	Análisis DAFO 72
6.	Conclusiones 76
7.	Oportunidades basadas en las necesidades del mercado no cubiertas 78
8.	Recomendaciones 82

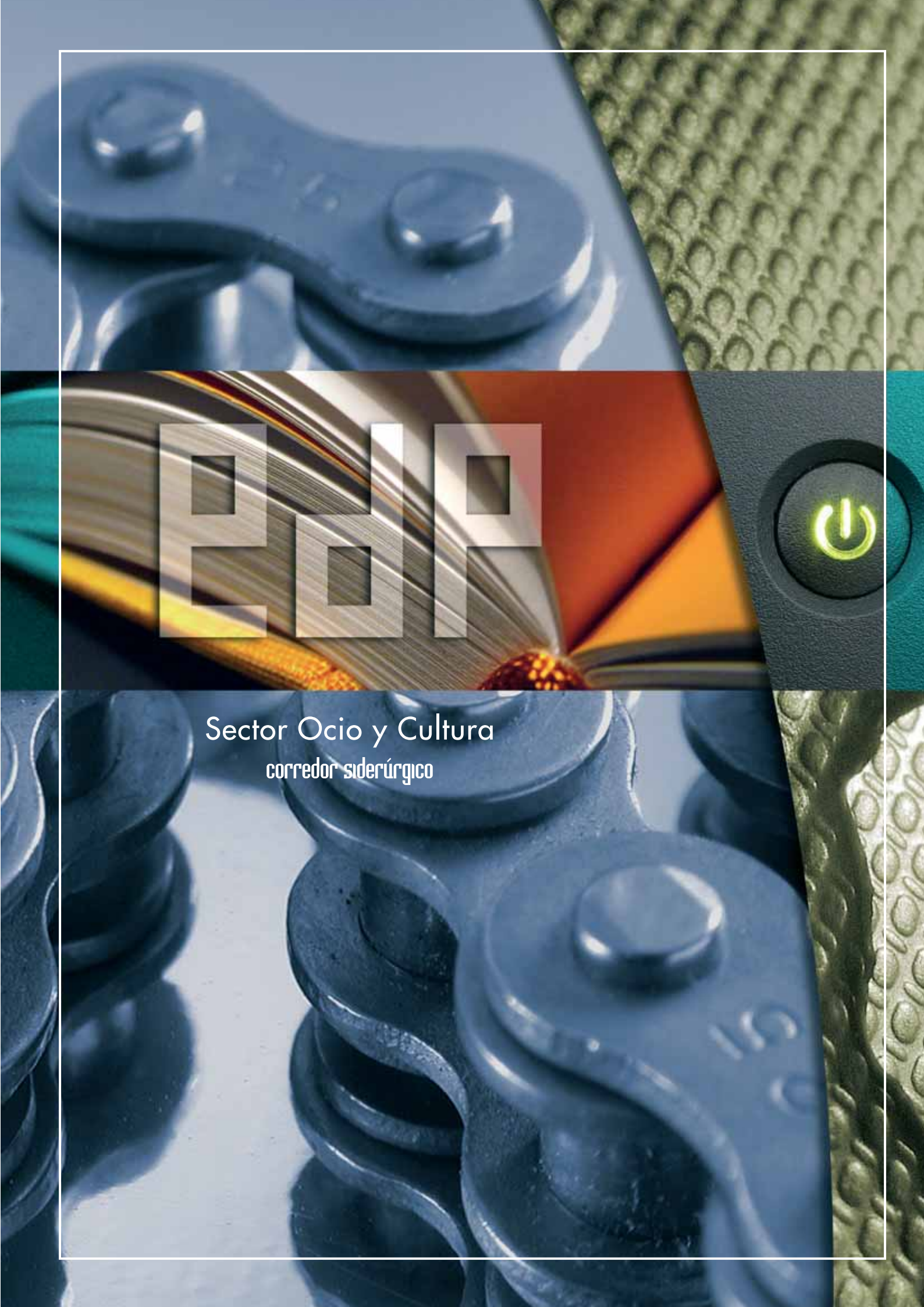


5. SERVICIOS AVANZADOS A EMPRESAS

1.	Objetivos y estructura del documento	87
1.1.	Marco conceptual	87
1.2.	Marco socioeconómico del territorio	88
1.3.	Pautas de localización territorial de las empresas de servicios avanzados	88
2.	Rasgos generales del sector	88
2.1.	La oferta regional de servicios avanzados	88
2.2.	Los recursos humanos en los sectores avanzados	90
2.3.	La demanda regional de servicios avanzados	91
2.4.	Principales conclusiones del trabajo de campo	91
3.	Análisis D.A.F.O.	92
3.1.	Debilidades y amenazas	92
3.2.	Fortalezas y oportunidades	93
4.	Conclusiones y recomendaciones	96
4.1.	Conclusiones	96
4.2.	Recomendaciones	97

6. MEDIO AMBIENTE

0.	Objetivos	105
1.	Ámbito del estudio	105
2.	Dificultades de partida	107
2.1.	Dificultad de definición y dispersión de información	107
2.2.	Diferentes clasificaciones	107
2.3.	Clasificación adoptada en el presente estudio	107
3.	Metodología	107
	• Primera fase	107
	• Segunda fase	108
	• Tercera fase	108
4.	Perfil de empresas del sector medioambiental en el Corredor Siderúrgico	108
5.	Resultados de las encuestas desde el punto de vista de la Oferta	109
	Factores analizados	109
	Resultados	109
6.	Resultados de las encuestas desde el punto de vista de la Demanda	110
	Perfil de la Clientela	110
	Demanda actual	110
	Tendencias	110
7.	Resultados de entrevistas a instituciones y empresas	111
	Punto de vista de la Oferta	111
	Punto de vista de la Demanda	111
8.	DAFO	112
	(I) Debilidades	112
	(II) Amenazas	113
	(III) Fortalezas	113
	(IV) Oportunidades	114
9.	Conclusiones	115
10.	Recomendaciones	117



ERDIO

Sector Ocio y Cultura
corredor siderúrgico



1.	Introducción	9
1.1.	Objetivos del estudio	9
1.2.	Marco socioeconómico del territorio	9
1.3.	Metodología empleada	10
2.	Análisis de la oferta	10
2.1.	Datos generales de las empresas del sector	10
2.2.	Perfil de las personas promotoras de las empresas ocioculturales	11
2.3.	Análisis de los recursos humanos de las empresas ocioculturales	13
2.4.	Perfil profesional demandado por las empresas del Corredor Siderúrgico	14
2.5.	La cooperación empresarial entre las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico	15
2.6.	Factores estratégicos y opiniones de las personas emprendedoras del Corredor Siderúrgico sobre el sector	15
3.	Análisis de la demanda	16
4.	Análisis D.A.F.O.	20
4.1.	Análisis de las debilidades y amenazas de las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico .	20
4.2.	Análisis de las fortalezas y oportunidades de las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico ..	21
5.	Conclusiones y recomendaciones	22
5.1.	Conclusiones	22
5.2.	Recomendaciones	24



1. INTRODUCCIÓN

1.1 Objetivos del estudio

El presente estudio tiene como objeto el diagnóstico y el análisis de las posibilidades de creación de empresas y generación de empleo en el sector del ocio y la cultura en la zona territorial del Corredor Siderúrgico, que incluye los municipios de Avilés, Carreño, Castrillón, Corvera de Asturias, Gijón, Gozón e Illas.

El estudio parte de la identificación de la realidad empresarial del sector, y del subsiguiente análisis de las posibles líneas de negocio y su capacidad para generar empleo en los subsectores empresariales seleccionados. Entre sus objetivos generales están:

- Conocer la situación actual del sector empresarial del ocio y la cultura en el Corredor Siderúrgico.
- Analizar el tejido empresarial que lo conforma.
- Detectar las carencias empresariales de este sector, servicios afines y de carácter transversal presentes o ausentes en el territorio.
- Diagnosticar, desde una perspectiva de género, la feminización del sector o las barreras que limitan la entrada de mujeres a las empresas del mismo.

Asimismo, se plantean también una serie de objetivos específicos relativos a los subsectores empresariales, concretamente:

- Análisis cualificado de las fortalezas y amenazas de los subsectores empresariales con mayor potencialidad dentro del sector del ocio y la cultura.
- Establecer las posibilidades de creación de empleo a corto y medio plazo determinando los perfiles y cualificaciones.
- Marcar las tendencias de evolución del sector a corto y medio plazo y detectar posibles nichos de mercado.

El ámbito de actuación del estudio en el Corredor Siderúrgico serán sectores tales como la creación cultural, nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, revalorización de espacios públicos urbanos, valorización del patrimonio cultural, desarrollo cultural local, formación, documentación e investigación, sector turístico, protección y

mantenimiento de las zonas naturales, ocio y deporte.

1.2 Marco socioeconómico del territorio

El espacio denominado “Corredor Siderúrgico” comprende los concejos de Avilés, Carreño, Castrillón, Corvera de Asturias, Gijón, Gozón e Illas, que representa el 4,5% de la superficie del Principado de Asturias, 484 Km², y alberga al 38,7% de la población, 415.975 personas.

Los municipios del Corredor forman prácticamente un continuo urbano, con una fuerte integración económica y social, articulado en torno a los dos principales ejes urbanos: Avilés y Gijón.

El Corredor se ha ido consolidando progresivamente como uno de los principales espacios urbanos de la región, incrementando en un 1,5% el porcentaje de población que reside en este territorio, entre los años 1991 y 2004.

Las cifras de empleo por rama de actividad nos permiten realizar un análisis de la estructura socioeconómica del Corredor Siderúrgico. El Corredor conserva una sólida estructura industrial (el 19,7% del empleo es industrial), basada fundamentalmente en la rama de industrias metalmeccánicas, que supone el 13% del empleo total y el 60% del empleo industrial. Cabe destacar que es en el Corredor donde se concentra prácticamente el 75% del empleo regional en las ramas metálicas básicas. No debe ignorarse tampoco la importancia de otras ramas industriales pesadas como la química o la ligada a la transformación de minerales no metálicos. Por otro lado las industrias ligeras, y más concretamente la industria agroalimentaria, tienen una importancia relativamente menor, si la comparamos con el resto de la región.

La pervivencia de un elevado porcentaje de empleo industrial es compatible con una fuerte terciarización, de modo que el sector servicios es ya la principal fuente de empleo en el Corredor Siderúrgico, con un peso y estructura similar al del conjunto de la región. Los datos de 2004 señalan que Asturias cuenta con 388.971 empleos, de los cuales 144.087 se concentran en el Corredor Siderúrgico, lo que representa el 37% del total del empleo regional. Por sectores es de reseñar el peso del sector servicios que concentra el 66,5% del empleo en Asturias y el 65,7% en el territorio del Corredor.



1.3 Metodología empleada

La metodología de trabajo utilizada para la elaboración del estudio se ha diseñado atendiendo a los objetivos del mismo, fundamentalmente los de carácter cualitativo.

Una exhaustiva investigación sobre la documentación y estadísticas disponibles sobre el tema nos ha permitido profundizar en la situación del sector y del territorio, y definir la tendencia que ha seguido a lo largo de los últimos años. Esta primera tarea ha servido para delimitar el contexto del estudio como paso previo a la puesta en marcha del trabajo de campo para la generación de información primaria adaptada a la realidad del territorio. En particular, se han realizado investigaciones para analizar la oferta pública y privada; la oferta formativa, o la cualificación del capital humano, entre otros.

Para la realización del trabajo de campo se llevaron a cabo una serie de entrevistas siguiendo un cuestionario que aborda los siguientes aspectos:

- A) Datos generales. Se recogen aspectos como año de inicio de la actividad, forma jurídica, localización de la empresa, perfil de la clientela (edad, tipo y área geográfica), forma de comercialización y de acceso a la clientela, área geográfica que cubre o índice de estacionalidad de su actividad.
- B) Perfil de la persona promotora en función de sexo, edad, nivel de estudios, experiencia laboral previa o tipo de dificultades que tuvo que afrontar a la hora de iniciar su actividad empresarial.
- C) Recursos humanos, formación y tamaño de la empresa. En este apartado se recaba información sobre la plantilla y la presencia femenina en la misma, el número de centros de trabajo, las modalidades de contratación, nivel de estudios y de formación continua de los recursos humanos, expectativas de contratación para los próximos años, niveles de facturación y medidas de conciliación laboral y familiar.
- D) Cooperación empresarial. Se analiza el nivel de cooperación y de asociacionismo entre las empresas del Corredor, así como el nivel de subcontratación existente.
- E) Factores estratégicos y opiniones sobre el sector. Se abordan una serie de cuestiones que van desde las fuentes de información que

la persona emprendedora utiliza para conocer el mercado hasta la toma de decisiones, la distribución de los costes de su empresa, el papel de las Administraciones Públicas y su opinión sobre las principales tendencias, carencias y oportunidades en el ámbito de la cultura y del ocio.

2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para analizar el sector se han realizado 54 entrevistas a personas responsables de empresas ocioculturales en el ámbito del Corredor Siderúrgico. La selección de las empresas se ha realizado atendiendo a varios criterios: se ha intentado seleccionar al menos una empresa de cada una de las áreas de actividad identificadas, así como empresas de especial representatividad en función de su carácter innovador o bien por tratarse de iniciativas empresariales promovidas por mujeres. Además se han tenido en cuenta las recomendaciones de los responsables del estudio de Cultur*at del Ayuntamiento de Gijón (Fundación de Cultura), así como de la Sección de Promoción Empresarial del Ayuntamiento de Avilés.

2.1 Datos generales de las empresas del sector

La principal característica de las empresas del sector del ocio y de la cultura en el ámbito del Corredor Siderúrgico es su reducido tamaño, en donde la presencia de una única persona promotora o de varias personas socias-trabajadoras es el aspecto preponderante en más de la mitad de los casos. Por este motivo, no debe extrañarnos que la plantilla media de las empresas entrevistadas sea de siete personas. Como se detalla en el estudio realizado, las personas trabajadoras autónomas no asalariadas son las promotoras de casi el 40% de las empresas de este tipo que hay en el Corredor Siderúrgico, seguido de las empresas cuya forma jurídica es la de Sociedad Limitada, que representan un 33,3% del total de empresas entrevistadas. El resto de las empresas se han constituido como Asociaciones (9,2%), Comunidades de Bienes (5,5%), Sociedades Anónimas (5,5%) y, en menor medida, Sociedades Limitadas Laborales, Fundaciones y Cooperativas.





Resulta interesante destacar la figura de la Asociación en el ámbito de la cultura y el ocio por tratarse de un sector donde, en ocasiones, la iniciativa privada no está presente debido a la baja rentabilidad económica.

En su práctica mayoría las empresas se encuentran localizadas en la zona urbana (92,5%). Este aspecto se explica por la propia naturaleza de la actividad realizada, se trata de empresas de servicios donde la proximidad a la clientela es un aspecto que otorga ventajas competitivas.

Otro aspecto positivo de las empresas socio-culturales del Corredor Siderúrgico descansa en la variedad de su clientela. Las empresas del sector prestan sus servicios tanto a la Administración Pública como al sector privado, pero también a las Fundaciones de Bancos y a las Cajas de Ahorro, aunque el mayor consumo recae sobre personas particulares seguido muy de cerca por las empresas.

No hay que olvidar que la proximidad a la clientela es un aspecto relevante en el sector servicios ya que el tipo de actividad desarrollado por estas empresas es un servicio que se consume normalmente en el acto. Este aspecto explica que *en su práctica totalidad la clientela de las empresas del Corredor Siderúrgico se encuentre en la región.* El 24% de la clientela se localiza en el resto del país, dato a tener en cuenta y que muestra el esfuerzo de comercialización y presencia en todo el territorio español que están realizando las empresas de este sector.

Las empresas culturales y de ocio del Corredor Siderúrgico concentran la mayor parte de sus actividades en el ámbito local y regional (63%). Este ámbito de actuación está, no obstante, en relación directa con su tamaño, es decir, sólo aquellas empresas que cuenten con una estructura organizativa y financiera de cierta envergadura estarían en condiciones de prestar sus servicios a clientela internacional.

Un dato que nos muestra el buen desarrollo de las empresas culturales y de ocio en el Corredor Siderúrgico es que, frente a lo que a priori se puede pensar sobre la incidencia negativa de la estacionalidad, *la gran mayoría de las empresas entrevistadas realizan sus actividades todo el año.* Entre las empresas que se ven afectadas por la estacionalidad destacan, principalmente, las de servicios turísticos, que centran el

grueso de su actividad en las fechas de vacaciones y que comparten las mismas dificultades que el turismo en nuestra región, es decir, la dificultad de desarrollar su actividad de forma estable a lo largo de todo el año.

La juventud es otro de los datos más destacados de las empresas del sector en el Corredor Siderúrgico, ya que *casi un 75% han sido creadas en los últimos quince años. Además, un 42% de ellas tiene menos de cinco años de existencia.*

Por lo que respecta al nivel de asociacionismo de las empresas ocioculturales objeto del estudio, cabe destacar que *la mitad de las empresas entrevistadas pertenecen a una asociación (un 51,85%).* Los beneficios que encuentran en ello las personas promotoras de las empresas son de índole diversa, siendo los más señalados los beneficios de carácter informativo, como las jornadas que realizan las asociaciones para informar a sus miembros acerca de aspectos legislativos o de gestión empresarial; las ventajas de carácter económico, ya que la asociación les permite el acceso a determinados servicios (jurídicos, asesoría fiscal, publicidad) a precios más económicos y las ventajas de carácter formativo, debido a que ponen a disposición de sus asociados y asociadas una oferta formativa especializada y adaptada a su sector de actividad.

Las Asociaciones con más presencia entre las empresas entrevistadas son:

- Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE) que acoge una presencia mayoritaria de las empresas entrevistadas.
- Club de empresas de la oficina de congresos del Ayuntamiento de Gijón.
- Asociación Cultural de las Artes Escénicas de Avilés (Artea).
- Asociación de artistas plásticos (asociación regional).
- Asociación de artistas plásticos (VEGAP).

2.2 Perfil de las personas promotoras de las empresas ocioculturales

El perfil mayoritario de las personas promotoras de las empresas de ocio y cultura en el Corredor Siderúrgico es el de un hombre (70,37%) de entre 35 y 55 años (72,2%) con titulación universitaria superior (46,3%) y con



experiencia laboral previa como persona trabajadora por cuenta ajena en el mismo ámbito de actividad desarrollado por su empresa (39,6%).

La presencia femenina en las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico como promotoras es bastante inferior respecto a los hombres (29,63% frente al 70,37%).

La gran mayoría de las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico están promovidas por personas emprendedoras con edades comprendidas entre los 35 y los 55 años, destacando el dato de que una de cada cuatro han sido iniciadas por jóvenes de entre 20 y 35 años.

Esta juventud emprendedora posee una notable cualificación de estudios, ya que el 75% cuenta con una formación universitaria y tan sólo el 16,6% tiene unos niveles de estudio de Bachillerato o Formación Profesional.

Además de su formación a nivel académico, prácticamente todas las personas emprendedoras cuentan con experiencia laboral previa, destacando el dato de que en más de la mitad de los casos (56,5%) dicha experiencia se ha adquirido en el mismo sector de actividad que el de la empresa que ha creado. El nivel de profesionalidad es muy alto si tenemos en cuenta que tan sólo el 3,7% de las personas encuestadas ha realizado su actividad sin estar dado de alta en la seguridad social o sin experiencia previa (3,7%).

Las personas emprendedoras de las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico coinciden a la hora de destacar las dificultades financieras y la captación de clientela como las principales barreras con las que se encuentran en el momento de poner en marcha su iniciativa empresarial. De las personas entrevistadas, un 61,11% ve como principal barrera las dificultades financieras, seguido de la captación de clientela en un 48,15%.

En este sentido hay que señalar un dato importante de las empresas del Corredor Siderúrgico y que está ciertamente relacionado con lo dicho anteriormente. Casi el 70% de las personas emprendedoras encuestadas han iniciado su negocio sin haber realizado con anterioridad un plan de negocio, un aspecto que en muchos casos podría asegurar una mejor viabilidad de la actividad de negocio o al menos, adelantarse a algunas de las dificultades que durante su gestión deberá afrontar.

Del estudio realizado se concluye que el perfil de la persona emprendedora es el de una persona joven con una notable cualificación de estudios, sin embargo esta cualificación no da respuesta a las dificultades que supone poner en marcha una iniciativa empresarial. Así lo confirma el dato de que la tercera dificultad con la que se encuentran las personas promotoras a la hora de hacer frente al inicio de su idea de negocio son los aspectos relacionados con la propia gestión de la empresa.

Otro dato relevante para el estudio va ligado a las dificultades económicas que han tenido las empresas del sector del ocio y de la cultura. El 57,41% de las empresas entrevistadas ha recurrido durante el transcurso de su actividad a las líneas de crédito.

La persona emprendedora de las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico se basa fundamentalmente en experiencias y percepciones propias para conocer el mercado en el que desarrolla su actividad empresarial. Destaca, no obstante, que las principales fuentes de información que el empresariado del Corredor Siderúrgico maneja son los estudios de elaboración propia (68,52%), la lectura de revistas técnicas y publicaciones especializadas (55,56%), seguido del contacto normal y periódico con otras empresas de su mismo sector (53,70%) y la asistencia a ferias, congresos y jornadas técnicas (53,7%). Se trata por lo tanto de una persona emprendedora que muestra un notable interés por conocer el mercado y adelantarse a las tendencias tanto de consumo como de oferta de servicios. Destaca, sin embargo, el escaso uso (12,96%) que hace de los estudios de mercado elaborados por empresas privadas y externas a la empresa. Este aspecto, no obstante, es perfectamente comprensible en un perfil de empresa pequeña (en su mayor parte compuesta por la figura única de la autónoma o el autónomo) que carece de solvencia financiera suficiente para encargar un estudio de mercado individualizado. Los servicios de apoyo de los organismos públicos son utilizados por un tercio de las personas emprendedoras, una cifra muy por debajo del resto de las fuentes de principal utilización, aspecto que quizás debería suponer una mejora en los canales de difusión de los organismos públicos.





2.3 Análisis de los recursos humanos de las empresas ocio culturales

Del análisis realizado con posterioridad a las entrevistas se deduce un aspecto positivo: *la tasa de participación femenina (49,75%) es superior a la media nacional para este mismo tipo de empresas (42,6%), lo que arroja una situación de casi paridad entre ambos sexos.*

Atendiendo al tipo de personal de las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico, podemos concluir que, en general han disminuido ligeramente el número de socios o socias desde su creación, pero que, por el contrario, *se han incrementado las plantillas en términos de personal asalariado y otros tipos de personal (contratas, subcontratas o personal autónomo), lo que nos permite adelantar que la salud de este tipo de empresas, al menos en términos de creación de empleo, muestra signos positivos.*

Asimismo es interesante destacar que el descenso en el número de socios o socias ha incidido únicamente en los hombres, ya que el número de mujeres, por el contrario, se ha incrementado.

El incremento de las plantillas de las empresas objeto de estudio es uno de los datos que arroja una valoración muy positiva, puesto que prácticamente han triplicado su plantilla inicial, de 95 trabajadores/as hasta alcanzar los 281 que existen en la actualidad, y además la distribución del empleo entre hombres y mujeres se ha producido de una forma muy equitativa pues los porcentajes de participación femenina se han mantenido.

La categoría de “otro personal que trabaja en la empresa”, es decir, el empleo procedente de las contratas y subcontratas, incluyendo personal autónomo, es la que se ha visto incrementada de forma más notable ya que ha pasado de un total de 20 personas en el momento de la puesta en marcha de las empresas a las 840 actuales.

También se observan diferencias entre las modalidades de contratación masculina y femenina de las plantillas de las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico. *En términos de empleo estable, es decir, a través de contratos de tiempo indefinido, el empleo femenino (36%) arroja cifras superiores al masculino (27,1%).* Los contratos de duración determinada suponen

para ambos colectivos un porcentaje elevado, del 55% en el caso de los hombres y del 47% en el caso de las mujeres.

Haciendo un análisis global, *la evolución del empleo entre las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico en los últimos tres años ha sido positiva si tenemos en cuenta que del total de empresas entrevistadas un 20% ha aumentado su plantilla, casi un 40% no han destruido puestos de trabajo, ya que han mantenido la totalidad de su personal, y tan sólo un 7,4% ha reducido los puestos de trabajo.*

La incidencia por sexos en la creación de empleo entre las empresas entrevistadas ha sido prácticamente la misma, un 16% para el empleo masculino y un 14% para el empleo femenino. La disminución de puestos de trabajo afecta en idéntica medida a hombres y mujeres, con un 7,41%.

Tan sólo el empleo femenino se ha visto perjudicado en términos de mantenimiento de las plantillas donde la tendencia ha favorecido ligeramente a los hombres (en un 25,93% se han mantenido los puestos de trabajo en los últimos tres años para las mujeres, y en un 33,33% para los hombres).

Otro indicador a tener en cuenta a la hora de hacer un análisis sobre la posible creación de empleo en el sector, es la experiencia previa que han tenido tanto las personas promotoras como la plantilla. La importancia de la experiencia laboral, especialmente en los servicios de ocio y cultura, donde el sello personal o la marca de calidad de cada empresa le otorga un carácter muy personalizado frente a otros servicios más genéricos, se pone de nuevo de manifiesto cuando se analiza la procedencia de dichas contrataciones. Tal como se muestra en los análisis realizados, *las empresas conceden una mayor prioridad en el perfil de las personas a contratar a los y las profesionales que venían desarrollando la misma actividad en otras empresas así como a los y las que ya habían trabajado previamente para la empresa a través de un contrato en prácticas, becas o sustituciones.* La procedencia de las otras contrataciones realizadas por las empresas entrevistadas en los últimos tres años, ha sido de personas que ya pertenecían a bolsas de empleo de la propia empresa, a través de personas conocidas, o anuncios de empleo insertados en los perió-

dicos, o personas procedentes del Servicio Público de Empleo.

En relación con los niveles de feminización en las empresas, exponen como posibles razones de la mayor presencia de hombres que de mujeres en sus plantillas la “simple casualidad” u otro tipo de respuestas consideradas como más “políticamente correctas”. Sólo una persona de las encuestadas esgrime como razón “el no poder soportar el ritmo de trabajo”.

Llama poderosamente la atención el que solamente el 11,11% de las personas promotoras estarían dispuestas a contratar más mujeres si existiesen más ayudas por parte de la Administración Pública.

Ligado a los temas tratados anteriormente hemos intentado detectar qué tipo de medidas de conciliación de la vida laboral y familiar son las que aplican las empresas objeto del estudio. La flexibilidad horaria es la medida más comúnmente aplicada en las empresas del sector del ocio y la cultura en el Corredor Siderúrgico¹. Así, la distribución horaria flexible representa un 27,78%; la flexibilización horaria de comienzo y finalización de la jornada laboral representa un 25,93%, en último lugar, la libre elección de turnos e intercambios dice ser utilizada en el 24,07% de las empresas ocioculturales.

2.4 Perfil profesional demandado por las empresas del Corredor Siderúrgico

Las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico demandan de sus plantillas el mayor nivel de formación académica posible y la orientación práctica de sus estudios, aproximadamente la cuarta parte de las empresas entrevistadas desean un perfil de estudios universitarios en sus plantillas, seguido de un 18% con formación profesional.

El sector demanda profesionales jóvenes (edades comprendidas entre 20 y 35 años) en casi una cuarta parte de los casos, aspecto que pone de manifiesto, de nuevo, la dificultad de lograr un puesto de trabajo en las franjas de edad más elevadas.

En la misma medida, el conocimiento de las herramientas ofimáticas es otro de los aspectos formativos más solicitados por las empresas consultadas (casi un 25% de las personas promotoras demanda esta formación), seguido, en menor medida, de la experiencia previa en el sector (12,96%) o el conocimiento de idiomas (11,11%). Este último dato revela el escaso interés que los mercados internacionales tienen para las empresas entrevistadas, ya que su presencia internacional es prácticamente nula, pero a la vez, no consideran este aspecto como relevante en la expansión y crecimiento de su negocio.

El permiso de conducir, la flexibilidad horaria y la disponibilidad para viajar son, por este mismo orden, las principales capacidades demandadas. El hecho de que la gran mayoría de las empresas son PYMES que no cuentan con otro centro de trabajo se traduce en que la disponibilidad para el cambio de residencia sea prácticamente irrelevante.

Las empresas ocioculturales del Corredor Siderúrgico consideran la experiencia laboral previa como un aspecto del currículum muy apreciado entre las personas demandantes de empleo en el sector, ya que casi el 40% de las empresas entrevistadas han valorado muy positivamente este perfil profesional entre las personas candidatas para contratar en el futuro.

En resumen, las empresas ocio culturales entrevistadas buscan para sus plantillas a una persona joven (menor de 35 años), con el más alto nivel de formación académica posible (titulación universitaria), con conocimientos de ofimática, con una experiencia laboral previa de, al menos, 3 años y con un perfil fundamentalmente orientado a la clientela en términos de flexibilidad y cercanía a la misma, con el fin de poder prestar un servicio totalmente personalizado.

El nivel de formación continua entre las empresas es bastante notable si tenemos en cuenta que, al menos, el 70% de las empresas entrevistadas realiza algún curso de formación, sin embargo sólo un tercio lo hace de una forma constante y continuada. Es importante

¹ Se refiere a las medidas de conciliación laboral y familiar no obligatorias, es decir, a las que no están recogidas en la Ley 39/99 de Conciliación Laboral.



destacar que las empresas entrevistadas han puesto de manifiesto la necesidad de que se impulsen acciones formativas de carácter específico y orientadas a sus sectores de actividad, frente a aquellas de carácter genérico.

2.5 La cooperación empresarial entre las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico

La práctica totalidad (90,74%) de las empresas ocio culturales entrevistadas no pertenece a un grupo empresarial. Se trata de un dato en total consonancia con el perfil de las empresas objeto del estudio, ya que la mayor parte de las empresas del Corredor Siderúrgico son PYMES de pequeño tamaño y que cuentan con un único centro de trabajo.

En general, las empresas entrevistadas valoran la colaboración con otras empresas de su mismo sector en términos fundamentalmente comerciales. Es decir, con el fin de establecer alianzas estratégicas que les permita aumentar su visibilidad entre quienes demandan servicios culturales, o bien acudir de forma conjunta a licitaciones de servicios que superan los estrictamente ofertados por su empresa.

Existe además interés por reforzar la cooperación con otras empresas, ya que un 46,3% de las empresas encuestadas han contestado afirmativamente a la pregunta de si estarían interesadas en establecer nuevos acuerdos con otras empresas. La motivación es siempre la creación de sinergias que les permita llegar a nichos de mercado donde hasta el momento no tienen presencia, unificar su red de empresas proveedoras y, por tanto, estar en mejor disposición de negociar sus tarifas, y, sobre todo, acometer proyectos que por su envergadura y ámbito de actuación superarían sus capacidades financieras y los servicios que las empresas son capaces de prestar de forma individual.

Un 44,44% de las empresas entrevistadas subcontrata parte de sus actividades a otras empresas. Del análisis del tipo de subcontratación en relación a la actividad desarrollada por la empresa podemos concluir que, solamente, subcontratan aquellas actividades que

si bien son necesarias para prestar sus servicios propios, no se encuentran dentro de su objeto social ni de su núcleo de actividad principal.

2.6 Factores estratégicos y opiniones de las personas emprendedoras del Corredor Siderúrgico sobre el sector

El 80% de las empresas encuestadas consideran insuficientes las ayudas locales y estatales al sector, así como las subvenciones que las Administraciones ponen a disposición de las mismas. Esta insatisfacción no radica tanto en la cuantía de las ayudas y subvenciones, sino más bien en el aspecto cualitativo de éstas.

Además, conviene indicar que el grado de satisfacción de las empresas depende en gran medida del sector donde desarrollan su actividad:

- A) Las empresas de servicios culturales y de ocio, señalan que las ayudas deberían centrarse no sólo en las empresas de nueva creación sino extender su ámbito de actuación a las que ya están consolidadas.
- B) Las empresas de ocio, como los gimnasios o los servicios turísticos, consideran que el papel de las Administraciones debería centrarse únicamente en fomentar la cultura y el ocio a través de la educación, la promoción de las empresas de la región en otros mercados y la regulación del sector con el fin de lograr un mayor índice de profesionalización en algunos sectores. Estas empresas ponen de manifiesto la situación de competencia desigual cuando desde las administraciones locales se asumen y prestan servicios gratuitos (ejemplo: gimnasios de titularidad municipal, guías de turismo, etc.).
- C) Las empresas de diseño gráfico y publicidad reclaman una mayor promoción del sector y que se lleven a cabo actuaciones que fomenten la cooperación entre las empresas, con el fin de poder acceder de forma conjunta a nichos de mercado que de forma individual no podrían ser abordados.

Las actuaciones públicas valoradas más positivamente por parte de las empresas encuestadas para fomentar y desarrollar el sector del ocio y la



cultura serían la promoción exterior (57,41%), la organización de eventos culturales (51,85%) y la formación de personal (46,30%).

Las empresas ocio culturales entrevistadas desean traspasar las fronteras regionales con el fin de estar presentes en otros mercados y ampliar así su clientela, motivo por el cual demandan de las Administraciones Públicas que refuercen las acciones de marketing específicas para este sector. La inversión en campañas de promoción puede suponer unos costes en ocasiones difícilmente asumibles para el tipo de empresas del Corredor Siderúrgico, ya que son en su mayoría pymes o personas autónomas, por ello solicitan a las Administraciones acciones conjuntas de promoción diseñadas y dirigidas para este colectivo. En este sentido, y tal como han apuntado varias de las empresas de actividades culturales (escuelas de danza, grupos folclóricos), la organización de eventos culturales puede ser una herramienta de fomento de la cultura a través de una doble vía: por un lado dar a conocer jóvenes valores y, de otra parte, enriquecer la oferta cultural pública poniendo en contacto consumidores y consumidoras con personas emprendedoras.

La formación de personal es también uno de los aspectos más valorados por las personas emprendedoras del Corredor Siderúrgico. Las empresas son conscientes de la importancia de la formación de su plantilla. Como ya se mencionó en la descripción de la tipología de las plantillas, las necesidades formativas de las empresas encuestadas coinciden al demandar de las Administraciones acciones formativas específicas para sus sectores de actividad.

En menor medida, pero también con cierta relevancia, ponen de manifiesto la necesidad de apoyo desde las Administraciones a través de medidas para la propia materialización de su negocio como son la compra de activos materiales, es decir, para la adquisición de equipos, maquinaria o software. También para que se les facilite la búsqueda de un local en centros de negocio o parques tecnológicos, donde las cargas de arrendamiento serían menores, a la vez que se facilita la cooperación entre las personas emprendedoras al compartir servicios comunes.

3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Las empresas del Corredor Siderúrgico comienzan a percibir el crecimiento de la demanda privada. Las empresas del sector no viven exclusivamente de la Administración Pública ni se apoyan únicamente sobre el sector privado, sino que tienen clientela de ambos tipos, además de otras figuras como las Fundaciones de Bancos y Cajas de Ahorros. De hecho, puede observarse el notable peso que las personas particulares tienen como consumidoras de los servicios socioculturales, un 59,26%.

La demanda privada de ocio y cultura en el Corredor se concentra principalmente entre los 20 y 55 años, lo que viene a coincidir claramente con el perfil de las principales personas consumidoras de ocio y cultura en nuestro país. Las personas menores de 20 años y las mayores de 55 años son los segmentos sociales que muestran una menor propensión al consumo de estos servicios. En algunos casos se apunta a la menor capacidad adquisitiva, en otros, a un nivel cultural menos desarrollado.

Frente a lo que cabría anticipar, *no se registra una fuerte estacionalidad de la demanda.* La gran mayoría de las empresas entrevistadas realizan sus actividades todo el año y sólo un 16,6%, fundamentalmente las empresas de servicios turísticos, se ven afectadas por la estacionalidad.

El consumo de servicios culturales y de ocio producidos por las empresas del Corredor tiene un fuerte componente local. Este aspecto explica que en su práctica totalidad la clientela se encuentre en la región, seguida de casi un 30% que se localiza en el norte de España.

Como consecuencia, *las empresas culturales y de ocio del Corredor Siderúrgico concentran la mayor parte de sus actividades en el ámbito local y regional (63%).* No obstante, cerca de un tercio de las empresas entrevistadas (31,4%) cuenta con la estructura suficiente para prestar sus servicios a lo largo del territorio nacional. La asignatura pendiente del sector es acceder a la potencial demanda internacional, ya que sólo un 5,5% extienden su área de acción a mercados internacionales.

Las empresas ocioculturales del Corredor basan su acceso al mercado en la propia labor





comercial desarrollada por las personas promotoras (74%), mientras que sólo en un 5,5% de los casos se utiliza la figura de agente o persona intermediaria.

Para analizar la demanda de servicios culturales y de ocio es necesario tener en cuenta que la demanda agregada del sector se forma de manera compleja, puesto que en muchos casos la demanda privada se canaliza y se hace efectiva a través de canales públicos, lo que se podría denominar como “oferta pública de ocio y cultura”.

Cuando hablamos de oferta pública cultural no nos referimos a una oferta que compite en el mercado contra la oferta privada sino más bien a una demanda privada, pues son las personas particulares las destinatarias finales de las prestaciones de servicios de ocio y cultura, pero que se hace visible, y en muchos casos viable, a través de la participación de las entidades públicas que la mayor parte de las veces contribuye a su financiación.

Debido a esto, *la demanda de los productos de ocio y cultura presenta una doble vertiente: por un lado, la de quienes consumen este tipo de servicios, ya se trate de particulares o empresas, y que, en gran medida, determinará las posibilidades de creación de empresas ligadas a este tipo de servicios. Por el otro lado, el de las entidades públicas, parapúblicas o privadas (normalmente sin ánimo de lucro), que actúan en el mercado cultural como demandantes muy activas, aunque en la mayoría de los casos esos servicios sean consumidos por personas particulares.*

Desde el punto de vista de la generación de empleo, el empleo futuro en el sector cultural a escala local y regional está en el desarrollo de un sector privado que vaya configurando un mercado real de oferta y demanda y, por tanto, un mercado de trabajo cada vez más maduro y autónomo.

Para poder identificar las preferencias de potenciales consumidores y consumidoras, así como la existencia de necesidades o nichos de mercado no cubiertos por la oferta actual se ha analizado una serie de cuestiones que se exponen a continuación.

A. Las pautas de comportamiento del consumo cultural en España

Para su análisis se recurrió al estudio de “Hábitos de consumo de Cultura de España”

elaborado por la Sociedad General de Autores (SGAE) para el período 2002-2003. La mejora experimentada por los indicadores socioeconómicos y el nivel de vida de la ciudadanía en los últimos años, han contribuido notablemente a unos mejores equipamientos culturales y a disponer de más recursos económicos destinados al ocio y a la cultura. Ello ha producido un *incremento tanto del gasto como del tiempo invertidos en actividades culturales*. Por lo que se refiere a la música, casi un tercio de la población española dice escuchar música con regularidad aunque los gustos musicales difieren bastante con la edad.

En cuanto al teatro, la asistencia a este tipo de representaciones se ha visto incrementada en los últimos 10 años, aunque todavía es minoritaria (3%) la población que lo considera una verdadera alternativa al ocio y acude con asiduidad. El perfil sociológico de las personas que asisten con más frecuencia está marcado por una creciente proporción de mujeres y compuesto por personas con estudios universitarios superiores, status social alto y pertenecientes a una generación intermedia-joven de 25 a 44 años.

El cine ha vivido una recuperación en los últimos años debido a las generaciones menores de 35 años (especialmente gracias a jóvenes entre 20 y 24 años) para quienes la asistencia a las salas incorpora un valor de socialización como es salir y relacionarse con amistades fuera de los entornos habituales. A partir de los 35 años el interés se desplaza hacia el video y el DVD, que han visto incrementado su uso en los últimos años de forma considerable debido a la comodidad y al bajo coste que presentan.

La televisión es un medio de comunicación que se ha universalizado en el conjunto de la sociedad española. Su consumo es mayor entre las personas con menos nivel de estudios y menos recursos económicos.

El hábito diario de lectura se presenta en menos del 20% de la población, tratándose básicamente de mujeres con estudios superiores, de entre 25 y 35 años, de clase alta o media-alta. Sin embargo, el porcentaje de personas que afirman no leer nunca se ha incrementado, llegando a ser casi el 50% en 1998. Pese a estos datos, la compra de libros se mantiene estable, un 38,7% de la población espa-



ñola compra por lo menos un libro al año. La asistencia a las bibliotecas sigue concentrándose entre la juventud entre 18 y 24 años, usándose básicamente como salas de lectura.

La asistencia a centros de acción social y cultural representa una actividad minoritaria, ya que tan solo un 15% de las personas frecuentan estos lugares, predominando los de tercera edad.

El aumento del tiempo de ocio se refleja también en la realización de cursos, un 10% de la población española ha realizado algún tipo de curso, ya sea de idiomas u otro, recientemente.

Dentro del subsector del turismo se pueden diferenciar el turismo rural, el cultural, el de aventura y deportivo, turismo especializado o alternativo, como el de rutas y circuitos, el turismo de tercera edad y el orientado al cuidado de la salud, etc. *En los últimos años se ha empezado a reconocer el papel fundamental que puede jugar el turismo en el desarrollo regional y local, especialmente en aquellas zonas donde las actividades tradicionales están en declive.* La conjunción de los objetivos de protección y conservación de la naturaleza, de mantenimiento de población, rentas y empleo en zonas rurales, y de diversificación de la actividad económica, han llevado a plantear el impulso del turismo rural activo como uno de los motores de crecimiento. Si bien el turismo extranjero en España muestra signos de mejoría, este tipo de turista no tiene a Asturias como principal destino de su estancia. El turismo de las personas residentes en España confirma también esta tendencia. Ambos tipos de turistas tienen como principales destinos para sus vacaciones Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña. El turismo nacional comparte con el extranjero la motivación del recreo y de las vacaciones, pero en menor medida, así un 68,1% de los viajes turísticos internos de las personas residentes en España es el ocio. El turismo cultural y de actividades deportivas comienza a tener un hueco estable entre las motivaciones del viaje. Un dato muy significativo a tener en cuenta es que *los principales destinos para el turismo cultural elegidos por la población española fueron Madrid, Extremadura y Asturias.*

B. Los instrumentos de la oferta pública de ocio y cultura existentes en el Corredor Siderúrgico

La oferta pública en el ámbito geográfico del Corredor Siderúrgico destaca por la calidad del servicio y la diversidad de actividades que ofrece, tanto en cuanto al público que se dirige como a la variedad de actividades culturales y de ocio desarrolladas. El análisis de esta oferta permitirá identificar aquellas áreas de la creación cultural que son directamente asumidas por las Administraciones Locales, y donde la oferta privada podrá encontrar una competencia a su actividad empresarial, así como las posibilidades que existen para las personas emprendedoras de ofrecer sus servicios a las Administraciones Locales en cuanto potencial clientela.

La oferta pública de ocio y deporte de esta zona destaca por su polaridad, es decir, la mayoría de las actividades culturales que se desarrollan en el Corredor Siderúrgico se concentran en los dos grandes núcleos de población: Avilés y Gijón. Puesto que en el estudio ya se ha expuesto de una forma más detallada toda esta oferta pública, en este resumen nos limitaremos a señalar lo más destacado en cada una de las divisiones que hemos establecido.

1) Actividades formativas:

La Fundación Municipal de Cultura, Educación y Universidad Popular de Gijón y el Departamento de las Aulas de la Universidad Popular de Avilés (AUPA) organizan anualmente una serie de cursos que abarcan gran cantidad de disciplinas entre las que se encuentran: música, teatro, danza, pintura, cerámica, marroquinería, etc. En Avilés también nos encontramos con la Escuela Municipal de Cerámica, la Escuela de Artes y Oficios y la Escuela Superior de Arte del Principado de Asturias (esta última, centro de enseñanza reglada).

2) Actividades teatrales:

Ambas ciudades cuentan con teatros de titularidad municipal (Teatro Jovellanos en Gijón y Teatro Palacio Valdés en Avilés) en los que a lo largo de todo el año se celebran tanto representaciones teatrales como de otro tipo, y que tienen una gran aceptación por parte del público.





3) Música:

Las actividades musicales del Corredor Siderúrgico cubren una amplia oferta que va desde la enseñanza de la música clásica y de la tradicional a la organización de festivales musicales.

En las dos ciudades existen también Conservatorios de Música de titularidad municipal. En éstos se han formado orquestas con el propio alumnado y realizan conciertos con regularidad. En Gijón, además, hay otras orquestas siendo una de ellas la encargada del programa “Música maestro” dirigido a escolares y que se desarrolla en los propios colegios.

A lo largo del año se celebran en ambas ciudades numerosos festivales que atraen a seguidores y seguidoras de todos los estilos musicales (Jazz, Gossipel, Rock ‘n’ Roll, Música antigua, Música clásica, Folklore...)

4) Danza:

La danza es una actividad que cuenta con un reducido número de personas aficionadas. En Gijón se celebra “Danza Gijón”, una muestra de danza contemporánea que cuenta con grupos y compañías de toda España. Además, a lo largo del año, se llevan a cabo en los teatros representaciones por prestigiosas compañías de danza.

5) Literatura:

Tanto en Avilés como en Gijón tienen lugar acontecimientos de carácter literario que se caracterizan por atraer a una gran cantidad de público, y consolidar su prestigio en cada edición. Esto hace que sean conocidos tanto a nivel nacional como internacional, tal es el caso de la Semana Negra de Gijón, centrada en el género de la novela negra, y de las Jornadas del Cómic “Villa de Avilés”.

6) Zonas naturales:

El territorio del Corredor Siderúrgico cuenta con espacios de gran riqueza natural y paisajística. Los Ayuntamientos y otras entidades de la zona se han centrado también en los últimos años en la recuperación y acondicionamiento de zonas para el disfrute de toda la ciudadanía. Podemos destacar la senda del Cervigón y la Vía Verde de La Camocha en Gijón y la senda del Cabo Peñas en Gozón.

Otro espacio natural destacado de Gijón es el Jardín Botánico Atlántico, el único de estas características existente en nuestro entorno como espacio especializado en la flora y la vegetación de los territorios atlánticos, a una y otra ribera del océano.

7) Turismo cultural:

El Ayuntamiento de Gijón ha puesto en marcha el Servicio de información turística “Infogijón” que ofrece ocho visitas guiadas por la ciudad de diverso tipo. Las visitas guiadas para conocer el casco histórico de la ciudad están también disponibles en el Ayuntamiento de Avilés. La villa de Luanco cuenta con un centro urbano declarado Conjunto Histórico y con el Museo Marítimo de Asturias. En Candás está el Centro de Escultura de Candás, Museo Antón y en el Faro de Cabo Peñas se abrió en el verano de 2005 el Centro Marítimo de Peñas, un espacio expositivo sobre el entorno marino próximo al faro, la relación entre el hombre y el mar.

8) Ocio y deporte:

Los grandes Ayuntamientos del Corredor Siderúrgico, conscientes del importante papel que la práctica deportiva tiene en la actual sociedad, han decidido llevar a cabo una política que les ha permitido dotarse de infraestructuras deportivas que han cambiado notablemente las posibilidades de acceso a la práctica deportiva. Se han construido piscinas municipales, pabellones deportivos, campos de fútbol y pistas polideportivas, dotando a los principales centros urbanos de equipamientos deportivos de calidad.

En Corvera se encuentra el Pantano de Trasona que, además de servir de lugar de esparcimiento social, se utiliza para la práctica de multitud de deportes náuticos.

Por su parte, Avilés tiene la ría en la que se organizan actividades como regatas de vela, traineras o travesías en piragua.

4. ANÁLISIS D.A.F.O.

4.1 Análisis de las debilidades y amenazas de las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico

En el análisis de las debilidades y amenazas de las empresas del Corredor Siderúrgico es importante diferenciar los dos grupos de empresas que son objeto de dicho estudio, porque como se pondrá de manifiesto las empresas relacionadas con la cultura y las específicas de servicios de ocio ligadas al turismo presentan diferentes aspectos a tener en cuenta.

En este sentido podemos decir que *las empresas culturales presentan una gran dependencia de una serie de variables muy volátiles como son la renta o el nivel cultural*. Este tipo de servicios son muy sensibles a los niveles de renta y son los primeros afectados en momentos de situaciones de recesión económica. Además está demostrado que a más educación y más nivel cultural mayor es el consumo de estos servicios, pero la formación cultural y el fomento de la cultura son aspectos de formación a largo plazo.

Como se ha visto en los indicadores de consumo cultura en nuestro país, determinados sectores de la producción cultural (ópera, danza especialmente, pero también música clásica) tienen además que luchar contra una serie de *ideas preconcebidas sobre un tipo de público elitista o clichés muy asentados en la población que impide su permeabilidad a las capas más jóvenes de la población*. Lo que dificulta que estos estratos de la población se conviertan en espectadores y, por tanto, que el público de estos espectáculos se renueve e incremente.

Por su parte los *servicios de ocio ligados al turismo* están amenazados desde varias perspectivas:

- a) **Negativa incidencia de la estacionalidad:** si bien es cierto que los índices de ocupación turística y de gasto por visitante presentan un incremento constante en los últimos años también es verdad que la estacionalidad sigue siendo uno de los lastres del turismo, tanto a nivel nacional como regional.
- b) **Escasa presencia de Asturias entre las turoperadoras:** el análisis del turismo en nuestra región revela que es el turismo nacional el principal visitante de nuestra región, pero que

desde la instalación de las aerolíneas de bajo coste, Asturias ha visto incrementada la presencia de turistas procedentes del extranjero. Sin embargo, nuestra región está fuera de los destinos turísticos ofertados por las compañías turoperadoras europeas y apenas existen paquetes turísticos que incluyan nuestra región en la oferta.

- c) Por otro lado, las empresas de ocio y de turismo se ven afectadas cuando sienten invadido su campo de actuación desde las Administraciones Públicas. Estas prestan servicios a la ciudadanía de forma gratuita, como son: actividades recreativas a través de los centros sociales, actividades deportivas en los equipamientos deportivos de titularidad pública o servicios turísticos gratuitos.

En general se ha visto que *el sector del ocio y la cultura presenta un crecimiento en términos de empleo y de facturación muy débil*, al menos en comparación con otros sectores del ámbito de los servicios.

Por lo que respecta a las debilidades de las empresas del Corredor Siderúrgico cabe señalar que, aunque los niveles de formación de las personas emprendedoras son muy destacados y prevalecen aquellas con titulación universitaria, *las personas responsables de las empresas ocio culturales presentan debilidades en sus conocimientos de gestión empresarial*. Este aspecto, que afecta principalmente a las pequeñas empresas y personas autónomas, revela que si bien son buenas profesionales en su sector de actividad, no en todos los casos este nivel de profesionalidad se ve respaldado en la calidad de gestión de sus empresas.

Las dificultades financieras son en muchas ocasiones un lastre que impide el crecimiento de las empresas y una de las principales amenazas. En muchos casos las personas emprendedoras no han previsto la necesidad de acudir a líneas de crédito y, en otros, los costes de éstas resultan una pesada carga a asumir. Su incidencia es mayor entre las personas en régimen autónomo que, en muchas ocasiones, deben adelantar los pagos de impuestos a la administración sin haber cobrado por sus servicios.

Existe un *alto grado de empresas de reciente creación*, momento durante el cual el *nivel de mortalidad de las empresas tiene una mayor incidencia*. Sólo la evolución en el tiempo podrá



decir qué cifras de supervivencia arrojan las empresas de nueva creación.

A nivel de mercado las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico revelan dos importantes debilidades: *el alto nivel de concentración de su clientela en el mercado local y la escasa presencia en terceros mercados, ya sea de ámbito nacional o internacional* (donde su presencia es prácticamente nula). A su favor hay que mencionar que las empresas entrevistadas son muy conscientes de esta debilidad, señalándola como tal. En este sentido reclaman de las Administraciones Públicas medidas de promoción y marketing específicas que les permita abordar estos mercados, ya sea participando en ferias o promoviendo la participación de certámenes internacionales.

4.2 Análisis de las fortalezas y oportunidades de las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico

La mejora de los indicadores socioeconómicos y del nivel de vida de la ciudadanía experimentados durante los últimos años han contribuido de forma notable no sólo a la mejora de los equipamientos culturales, sino también a que las familias españolas dispongan de más recursos económicos destinados al ocio y a la cultura. *El incremento del gasto y del tiempo invertidos en actividades culturales y de ocio es una realidad que constatan todas las estadísticas disponibles.*

El incremento de las iniciativas culturales desde las Administraciones Públicas ha sido uno de los factores determinantes de esta evolución positiva, ya que durante los últimos años se ha realizado un esfuerzo inversor no sólo a nivel de equipamientos sino también de la oferta de servicios culturales. En este sentido, las Administraciones Públicas han significado un motor importante en el fomento de la cultura y las actividades de ocio, segmentando su oferta para llegar de una forma más eficiente a todos los estratos de la sociedad.

Las empresas ocio culturales de reciente creación del Corredor Siderúrgico se han visto respaldadas y beneficiadas por *diversas iniciativas impulsadas desde las Administraciones Públicas*:

a) Acciones formativas, como se ha visto una parte importante de las empresas entrevista-

das se han beneficiado de las actividades de formación continua de forma gratuita.

b) La disponibilidad de espacio y apoyo en servicios comunes desde los viveros de empresas, como el centro de empresas "La Curtidora", ha permitido que varias iniciativas empresariales, algunas de ellas impulsadas por mujeres emprendedoras, puedan en la actualidad ver la luz y poner en marcha su idea de negocio.

c) Promoción, fomento de su presencia en Internet y creación de redes estables de cooperación con empresas europeas a través de programas con financiación local y europea como Cultur*at (Observatorio Cultural del Arco Atlántico).

Las empresas de turismo activo o turismo cultural han visto cómo *nuestra región se ha consolidado como uno de los tres principales destinos de turismo cultural dentro de la península* y cómo las cifras de turistas están evolucionando de forma positiva. La instalación en Asturias de una aerolínea de bajo coste ha modificado el perfil de turista que visita nuestra región y la presencia de turismo extranjero se ha incrementado desde la implantación de esta nueva aerolínea. El aumento en los últimos años del gasto medio por turista ha incidido de una forma positiva en la mejora de la cifra de negocios de las empresas del sector, las cuales han sido receptivas a los cambios de los hábitos culturales que han pasado de un turismo más pasivo (comúnmente conocido como de sol y playa), frente a otro que demanda servicios de turismo activo.

Las empresas encuestadas son también conscientes de *que la imagen de Asturias en el exterior se ha visto reforzada en los últimos años* gracias a una serie de acontecimientos sociales (el matrimonio del Príncipe de Asturias), deportivos (la figura de Fernando Alonso) y culturales (proyección internacional de los Premios Príncipe de Asturias) que han proyectado en el ámbito internacional la imagen de Asturias unida a una serie de valores positivos.

Es una realidad constatable que *el espíritu emprendedor está arraigando entre los y las jóvenes del Corredor Siderúrgico* como lo muestra el importante número de empresas de reciente creación impulsadas por jóvenes. Este cambio de mentalidad debe de ser considerado como una de las principales fortalezas de las empresas

de ocio y cultura de la región. Estos y estas jóvenes cuentan con unos excelentes niveles formativos, al menos a nivel académico, e inician sus negocios con una experiencia laboral previa en su área de actividad conociendo el mercado, sobre todo a nivel local regional.

Llevan a cabo una labor comercial de forma directa y cuentan con *una clientela muy heterogénea donde los y las particulares tienen la preponderancia*, pero no dependencia exclusiva, lo que les otorga grandes niveles de estabilidad.

Además a nivel de producto, las empresas del Corredor Siderúrgico cuentan con un producto cultural diferenciado y con niveles de calidad reconocidos.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Recogemos en este apartado las principales conclusiones que se derivan del trabajo de campo realizado, situadas en el contexto general del sector a nivel regional, nacional y europeo.

Estructura empresarial

- a. **Un sector joven:** El sector está constituido por empresas de reciente creación (el 75% se han constituido en los últimos quince años) y además promovidas por personas jóvenes.
- b. **Relevancia del régimen autónomo:** La mayoría de las empresas están constituidas por personas autónomas no asalariadas y son de pequeño tamaño, con una plantilla media de siete personas.
- c. **Cientela equilibrada:** La clientela es heterogénea pero se apoya fundamentalmente en personas particulares, seguidas de cerca por las empresas privadas y las Administraciones Públicas.
- d. **Patrones de localización muy condicionados:** La práctica totalidad de las empresas se encuentra ubicada en los principales núcleos urbanos del Corredor, fundamentalmente en Gijón, y la gran parte de su clientela es de la región. Su presencia es menor en los mercados nacionales e internacionales, aunque al menos una de cada tres tiene estructura suficiente para ampliar el radio de acción de sus

servicios a cualquier punto del territorio nacional.

- e. **Escasa presencia internacional:** La internacionalización de las empresas ocio culturales es prácticamente nula. Este aspecto está en relación directa con el pequeño tamaño de las empresas del Corredor, ya que sólo aquellas que cuenten con una estructura organizativa y financiera de cierta envergadura estarán capacitadas para prestar sus servicios a clientela internacional.

Perfil de las personas promotoras de las empresas ocio culturales

- a. **Un sector con “techo de cristal”:** El porcentaje de mujeres gerentes o promotoras sólo alcanza el 29,63%. Se está produciendo una progresiva incorporación de la mujer a la plantilla de estas empresas pero su integración es principalmente en cargos no directivos.
- b. **Juventud de las personas promotoras:** Una de cada cuatro empresas han sido creadas por jóvenes entre 20 y 30 años.
- c. **Alta cualificación inicial:** Las personas emprendedoras tienen además una notable cualificación de estudios, ya que el 75% cuenta con formación universitaria.
- d. **Escasos conocimientos de gestión empresarial:** Pese a los notables niveles de cualificación académica, las personas emprendedoras reconocen como una de sus principales carencias la falta de conocimientos sobre la gestión de una empresa.
- e. **Conocimiento del mercado:** La persona emprendedora de las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico se basa fundamentalmente en experiencias y percepciones propias para conocer el mercado en el que desarrolla su actividad empresarial. No obstante hay que destacar la multiplicidad de fuentes manejadas para conocer la realidad de su negocio.
- f. **Destacados niveles de experiencia previa:** Además de su formación a nivel académico prácticamente todas las personas emprendedoras cuentan además con experiencia laboral previa, destacando el dato de que en la mitad de los casos dicha experiencia se ha adquirido en el mismo sector de actividad que el de la empresa que ha creado.



Recursos Humanos

- a. **Niveles de participación femenina en equilibrio:** El nivel de participación femenina de las empresas culturales del Corredor (49,75%) es superior a la media nacional para este mismo tipo de empresas (42,6%), lo que arroja una situación de práctica paridad con el empleo masculino.
- b. **Evolución positiva del empleo:** Las plantillas de este tipo de empresas se han visto incrementadas desde que iniciaron su actividad hasta la actualidad. Además, la distribución del empleo entre hombres y mujeres se ha producido de una forma muy equitativa pues los porcentajes de participación femenina se han mantenido.
- c. **Exigencia de la experiencia laboral previa en los perfiles profesionales demandados:** Las empresas del Corredor Siderúrgico conceden prioridad de contratación a profesionales que venían desarrollando la misma actividad en otras empresas, así como a quienes ya habían trabajado previamente para la empresa a través de un contrato en prácticas, becas o sustituciones.
- d. **Reticencias en la aplicación de medidas de conciliación laboral:** Las personas responsables de las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico consideran los aspectos de conciliación familiar y laboral como pertenecientes única y exclusivamente al ámbito de la esfera privada de la plantilla, ya que solamente el 11,11% estarían dispuestos a contratar más mujeres si existiesen más ayudas por parte de la Administración. La medida de conciliación laboral más usada por estas empresas es la flexibilidad horaria.
- e. **Buenos niveles de formación continua pero carencias en la formación especializada:** El nivel de formación continua entre las empresas ocio culturales del Corredor Siderúrgico es bastante notable si tenemos en cuenta que al menos el 70% de las empresas entrevistadas realiza algún curso de formación. Sin embargo, sólo un tercio de las empresas lo hace de una forma constante y continuada.

Caracterización de la oferta

- a. **Zonas de colisión entre la oferta privada y la pública:** Si bien las Administraciones Públicas a través de su amplia oferta cultural son grandes clientes de las empresas del

Corredor Siderúrgico, las empresas han puesto de manifiesto la existencia de zonas donde existe colisión entre la oferta privada y la pública.

- b. **Falta de previsión en la fase de planteamiento de la idea de negocio:** Son escasas las empresas que antes de iniciar su actividad han realizado un plan de negocio o al menos han valorado las dificultades, sobre todo financieras, que tendrá que superar durante el desarrollo de sus actividades.
- c. **Arraigo del espíritu emprendedor:** Este cambio de mentalidad está arraigando entre la juventud emprendedora de la región. Son conscientes de que existen nichos de mercados y de demanda no satisfechos y enfocan su actividad hacia los mismos.
- d. **Escasa presencia en redes de comercialización:** La principal forma de comercialización de sus productos es directa, a través de la labor comercial desarrollada por la gerencia.
- e. **Producto cultural diferenciado y con niveles de calidad:** Las empresas cuentan con un producto cultural con identidad propia y con niveles de calidad reconocidos, especialmente en el sector de la cultura (profesionales de las ramas de la pintura, expresión plástica o diseño) que ya tienen un nombre reconocido en el mercado.

Caracterización de la demanda

- a. **Crecimiento de la demanda privada:** Las personas particulares tienen un notable peso como consumidoras de los servicios socio-culturales, aunque no son la única fuente de demanda.
- b. **Perfil de consumidores y consumidoras finales:** Personas con un arco de edad comprendido entre los 20 y los 55 años, dado que concentran los niveles más elevados de renta y una trayectoria de consumo cultural y de ocio más continuada.
- c. **Escasa incidencia de la estacionalidad:** Salvo en aquellas empresas que se centran en la actividad turística viéndose afectadas por su estacionalidad, concentrada en los períodos de vacaciones y la época estival.
- d. **Notable componente local:** En su práctica totalidad la clientela de las empresas del Corredor Siderúrgico se encuentra en la región.

Mercado

a. Las áreas de mayor crecimiento potencial se sitúan en segmentos que incorporan altos niveles de especialización, valor añadido y donde la ubicación no sea un elemento desfavorable de competitividad. Algunos de los posibles nichos de potencial mercado para las empresas entrevistadas serían:

- Cultura: servicios de concepto y diseño de contenidos museísticos, servicios ligados al diseño gráfico como ilustraciones y animación (dirigidos a la industria del cine), empresas de interpretación con servicios integrales (equipos y servicios).
- Ocio: actividades y servicios ligados al turismo activo y con habilidades para dar servicios a turistas del extranjero (dominio del idioma).

b. Incremento del gasto por persona en cultura y ocio, aunque todavía se mantienen en niveles inferiores a los europeos.

c. Riesgo de no incorporación de algunos segmentos de edad en los hábitos culturales: La juventud corre el riesgo de no incorporar entre sus hábitos de consumo cultural ciertas disciplinas artísticas como el teatro o la danza.

d. Mejora de la demanda del turismo cultural: El perfil del turista está evolucionando de un turismo de carácter vacacional hacia la demanda de servicios más elaborados de turismo activo o cultural.

e. Un sector con perspectivas de crecimiento moderadas: El crecimiento del sector ha sido muy moderado, tanto en términos de creación de empleo como en producción.

5.2 Recomendaciones**A. Medidas genéricas para promover la creación de empresas y la mejora del empleo**

a. Fomentar la demanda de servicios culturales y de ocio: A través de instrumentos como la organización de redes de artistas y la promoción en otros mercados a través de ferias o concursos; ofreciendo incentivos a la participación en concursos y certámenes nacionales e internacionales o fomentando la contrata-

ción de oferta privada desde las Administraciones Públicas.

b. Mejorar la conexión entre la oferta y la demanda de servicios ocioculturales, dando a conocer la oferta local de servicios ocioculturales y promoviendo medidas de colaboración y conocimiento entre las empresas que permitan la creación de clusters para optar a contrataciones de forma conjunta.

c. Mejorar los niveles de formación de las personas emprendedoras. Las medidas formativas deberían abarcar una triple vertiente:

- Estar efectivamente diseñadas para el colectivo al que se dirigen.
- Poner en marcha acciones de formación sobre gestión empresarial o poner a disposición de las personas emprendedoras la figura de “tutor-gestor o tutora-gestora” que les oriente en la toma de decisiones de empresa.
- Fomentar el aprendizaje de idiomas.

d. Fomentar la participación de las empresas en proyectos de cooperación con empresas internacionales: Aunque es bastante difícil, debido a las características de las mismas, este proceso será imprescindible a largo plazo para mejorar la competitividad del sector.

B. Medidas específicas para promover la creación de empresas por colectivos con dificultades de inserción laboral y su incorporación a las empresas ocio laborales

Teniendo en cuenta el objetivo específico de Equal, abordamos a continuación las posibles medidas para la inserción de colectivos con dificultades de inserción.

Entre estos colectivos nos encontramos con los que tienen problemas de inserción laboral porque tienen una formación muy escasa, porque son parados o paradas de larga duración, porque tienen más de 45 años o porque presentan dificultades para adquirir nuevos conocimientos. También hay personas, fundamentalmente mujeres, inmigrantes y determinados colectivos étnicos, que cuentan con la formación y habilidades para el desempeño de actividades en el sector del ocio y de la cultura pero que, por razones de discriminación culturales o sociales, tienen mayores



barreras para incorporarse a las empresas del sector.

Para el primer colectivo señalado existen dificultades para el diseño de políticas de inserción que no pasen por la formación. Esta formación ha de ser específica y de larga duración. Algunas de las medidas que se pueden promover para favorecer su inserción son:

- a. **Incentivos fiscales para las empresas que contratan a estos colectivos y campañas de información pública.**
- b. **Diseño de cursos de formación específicos para el desarrollo de actividades dentro del sector.** Estos cursos se desarrollarían a través de instituciones como las Cámaras de Comercio, la Universidad o a través de las propias empresas del sector.

Para promover la creación y contratación en las empresas ocio culturales de mujeres, inmigrantes, y colectivos étnicos, las actuaciones a llevar a cabo pasarían por:

- a. **La reducción de los trámites burocráticos:** se trataría de crear una ventanilla única para la creación de empresas, fundamentalmente de servicios, en el Corredor Siderúrgico.
- b. **La creación de un centro de asesoramiento empresarial para mujeres.** Serían mujeres las encargadas de asesorar a todas aquellas mujeres que desean dirigir una empresa.
- c. **Intercambio de experiencias de mujeres empresarias a través de seminarios, jornadas, publicaciones, etc.**
- d. **Acceso a la financiación:** las instituciones locales pueden favorecer la creación de microcréditos, fondos de capital riesgo o alcanzar acuerdos con entidades financieras que faciliten los trámites y las condiciones de los créditos bancarios.
- e. **Fomento del asociacionismo,** es decir, potenciar las asociaciones de mujeres empresarias, para lo cual se podrían explotar los recursos y las acciones que a escala europea promueve la Red Wes.



Sector Sociedad del
Riesgo
corredor siderúrgico





1.	Presentación del trabajo	29
2.	La Sociedad del Riesgo	29
3.	Oferta de servicios de la Sociedad del Riesgo	34
4.	Demanda de servicios de la Sociedad del Riesgo	36
5.	Análisis DAFO de los ámbitos de la Sociedad del Riesgo	38
6.	Conclusiones	42
7.	Recomendaciones	44





1. PRESENTACIÓN DEL TRABAJO

El presente trabajo, denominado *ESTUDIO DE DIAGNÓSTICO Y POTENCIALIDAD DE LA SOCIEDAD DEL RIESGO EN EL ÁMBITO TERRITORIAL DEL CORREDOR SIDERURGICO*, se sitúa en el Proyecto “Ciudades del Acero – Un Espacio Emprendedor”, en el marco de la Iniciativa Comunitaria *EQUAL*, Iniciativa financiada por el Fondo Social Europeo, que está basada en la cooperación transnacional para promocionar nuevos métodos de lucha contra las discriminaciones y las desigualdades de toda clase, en relación con el mercado laboral.

El Proyecto “Ciudades del Acero – Un Espacio Emprendedor”, tiene como objetivo el “*fomento del espíritu emprendedor y la creación de empresas en sectores de actividad empresarial considerados como nuevos yacimientos de empleo, partiendo de diagnósticos y análisis de la realidad de distintos sectores empresariales en el territorio*”.

Las estrategias metodológicas utilizadas por el equipo de investigación, para la consecución del objetivo del estudio, han sido tanto cualitativas como cuantitativas. El objetivo de esta combinación de técnicas es enriquecer la investigación, poder descubrir nuevos aspectos del tema objeto de estudio y paliar las limitaciones que presenta un solo método, contrarrestándolas con las potencialidades de los otros.

En la faceta cuantitativa se han utilizado las técnicas de respuesta a cuestionario estructurado, para el estudio de la Oferta, y encuesta para el estudio de la Demanda. En la faceta cualitativa, las de Entrevista en profundidad, Grupo de Discusión y Foro de Personas Expertas. La información obtenida nos ha proporcionado una visión exhaustiva de la Sociedad del Riesgo, en general, y de los subsectores objeto de estudio, en particular.

2. LA SOCIEDAD DEL RIESGO

El sociólogo alemán Ulrich Beck fue el primero en introducir y popularizar el concepto de *Sociedad del Riesgo* a mediados de los años

ochenta, elaborando una teoría al respecto.¹

Posteriormente y hasta la actualidad, ese concepto se ha visto extensamente desarrollado, analizando los riesgos y amenazas de la humanidad, y estructurándolo en torno a los llamados macro-riesgos o riesgos en entorno global (catástrofes nucleares, accidentes naturales, el efecto invernadero, el mal de las vacas locas, terrorismo internacional, conflictos bélicos ...) y los micro-riesgos o riesgos cotidianos que se producen en el entorno individual (riesgos para las personas y su patrimonio, riesgos financieros, riesgos laborales ...).

A efectos de este estudio, se han descartado los macro – riesgos, por ser susceptibles de gestión casi exclusivamente por parte de los poderes públicos, sin posibilidad de intervención privada, para *centrar el diagnóstico sobre los denominados micro – riesgos, o riesgos de la vida cotidiana*.

La Sociedad del Riesgo, así conceptualizada, es “*aquella actividad económica que engloba los servicios que dan cobertura a los micro-riesgos o riesgos de la vida cotidiana*”², como son los:

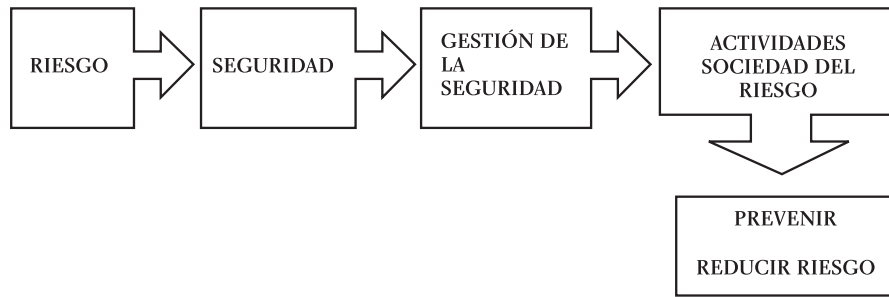
- Riesgos para la seguridad de las personas: integridad, salud, familia, patrimonio ...
- Riesgos para la seguridad de las empresas: financieros, integridad, información...
- Riesgos Laborales

Como actividad económica, se enmarca en el amplio abanico del Sector Terciario, desde donde se presenta con carácter innovador, en el sentido de integrar actividades sin una identidad propia, cuando son consideradas de forma aislada. De esta manera, hemos podido agrupar servicios muy diversos en un punto común: los servicios de la Sociedad del Riesgo.

¿Cómo? Con el planteamiento de que todo aquello que es susceptible de suponer un riesgo, es susceptible de ser gestionado a través de un sistema de seguridad, cuyo principal objetivo es prevenir y/o reducir dicho riesgo. La gestión de la seguridad consiste en la realización de las tareas necesarias para garantizar los niveles de seguridad exigibles en todos los ámbitos de la vida cotidiana:

¹ Teoría de la “Sociedad del Riesgo”. Ulrich Beck: “Risk Society. Towards a new modernity”. 1992

² Grupo Staff



Con estas premisas, se identifican las actividades (tradicionales e innovadoras) susceptibles de ser gestionadas a través de un sistema

de seguridad y se estructuran en los ámbitos y subsectores siguientes:

SUBSECTOR 1: SEGURIDAD PRIVADA

ÁMBITO	ACTIVIDAD
Seguridad de Bienes y Personas	<ul style="list-style-type: none"> • Vigilancia y Protección • Depósito y Transporte de Fondos, Valores y Explosivos • Instalación y Mantenimiento de Sistemas de Seguridad • Centrales de Alarmas • Seguridad contra Incendios y Explosiones
Seguridad Financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Información comercial y de solvencia • Gestión de Cobros
Industria de la Confianza	<ul style="list-style-type: none"> • Marcas de Confianza • Terceras partes de confianza • Mediación

SUBSECTOR 2: SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

ÁMBITO	ACTIVIDAD
Tecnologías y Servicios para la Seguridad de la Información	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de Consultoría Jurídica: adaptación a la L.O.PD Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal y L.S.S.I. Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico • Servicios de Consultoría Tecnológica: herramientas, sistemas y metodologías que aseguren la información • Servicios de Consultoría Integral: Jurídica y Tecnológica

SUBSECTOR 3: PROTECCIÓN DE LA SALUD

ÁMBITO	ACTIVIDAD
Salud Preventiva	<ul style="list-style-type: none"> • Medicina Preventiva • Investigación médico-farmacéutica
Seguridad Alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis y control de trazabilidad en procesos de fabricación de productos • Análisis y control de trazabilidad en procesos de prestación de servicios alimentarios

³ Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal.

⁴ Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico



SUBSECTOR 4: SEGURIDAD LABORAL

ÁMBITO	ACTIVIDAD
Prevención de Riesgos Laborales	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio Ajeno de Prevención • Comercialización de productos (ropa, equipos y dispositivos)

SUBSECTOR ASOCIADO Y TRANSVERSAL: ASEGURADORAS

ÁMBITO	ACTIVIDAD
Aseguramiento de Riesgos	<ul style="list-style-type: none"> • Aseguramiento Obligatorio de Riesgos • Aseguramiento Voluntario de Riesgos

La *Seguridad de Bienes y Personas* es un ámbito de actividades muy distintas, que se pueden agrupar en *tres grandes segmentos*: 1) la Vigilancia y la Protección de bienes, establecimientos y personas, 2) el Transporte de fondos y valores, y 3) la Instalación y Mantenimiento de Sistemas de Seguridad (Centrales de alarmas y otros dispositivos de seguridad).

La naturaleza específica de estos servicios, estrechamente vinculados a la cuestión fundamental de la Seguridad Ciudadana, siempre relacionada con “Seguridad Pública”, hace necesario el establecimiento de condiciones estrictas específicas para el sector, lo que nos coloca ante un ámbito de actividades de las denominadas “reguladas”. Así, la legislación española regula una normativa sobre seguridad privada que es pionera en el ámbito internacional, por configurar un espacio al sector de la seguridad privada, como complementario y subordinado al sistema de seguridad pública y otorgarle una regulación que permite un funcionamiento organizado del mismo, aunque extraordinariamente restrictiva, hecho que favorece, sobremanera, a las grandes empresas del sector, por constituir una barrera de entrada los requisitos que se exigen para conseguir la autorización pertinente.

Las empresas de seguridad privada deben solicitar autorización administrativa e inscripción en el Registro competente de cada Comunidad Autónoma. Para obtener la autorización deben cumplir una serie de requisitos mínimos y específicos para cada actividad, relativos a personal, instalaciones, vehículos, equipamientos, etc. Además, deben constituir una garantía, por el importe legalmente establecido para cada una de las actividades reguladas.

Completa este ámbito un *cuarto* y último *segmento* relativo a la seguridad, que es la

“Protección contra Incendios y Explosiones”. En él se incluyen dos tipos de actividades, relacionadas aunque diferenciadas:

- 1) Los Sistemas de Protección contra Incendios: sistemas de protección activa (equipos móviles, extintores, sistemas de detección, mantenimiento e instalación) y sistemas de protección pasiva (puertas cortafuegos, control de humos, reforzantes, calorifugado de tuberías e instalaciones, etc.)
- 2) Las actividades denominadas ATEX, o de “Prevención de Atmósferas Explosivas”. Comprenden las tareas de consultoría y de venta de instrumentos y equipos en materia de prevención de explosiones en instalaciones industriales por presencia de gas explosivo y/o polvo combustible.

La *Seguridad Financiera* es un ámbito que engloba servicios, de información y de gestión, que permiten a las empresas proyectar sus expectativas a largo plazo sin incertidumbres, con el objetivo de minimizar los riesgos derivados de las operaciones mercantiles.

Las actividades destacadas en este ámbito son:

- 1) Investigación comercial y de solvencia de la clientela. En este sentido se ofrece la información necesaria para conocer mejor a la clientela, empresas proveedoras y empresas competidoras: directorios comerciales, informes mercantiles y de solvencia, información prejudicial e informes judiciales.
- 2) Gestión de Cobros. Prestación de servicios de reclamación extrajudicial y gestión de cobro de deudas comerciales, ante un escenario de morosidad que crece de forma alarmante en España, siendo uno de los principa-

les problemas con los que se enfrenta el sector empresarial⁵.

La *Industria de la Confianza*, es un ámbito de actividades emergentes cuyo objetivo es prevenir y eliminar barreras de desconfianza; bien aportando un propio “valor” de confianza al producto o al servicio, o bien proporcionando ayuda para delimitar y gestionar conflictos en distintos supuestos de las relaciones inter-personales.

Distinguimos tres tipos de actividades:

1) Marcas o Sellos de Confianza. Partiendo de la definición legal de Marca de Garantía⁶, definimos la Marca o Sello de Confianza, como el *distintivo que certifica que los productos o servicios que giran bajo su denominación cumplen unos requisitos comunes, en especial relativos a calidad, singularidad, y modo de prestación del servicio.*

La Marca de Garantía es el signo o medio que certifica las características comunes, en particular la calidad, los componentes y el origen de los productos o servicios elaborados o distribuidos por personas debidamente autorizadas y controladas por quien posea la titularidad de la marca. Los Sellos y Marcas de Calidad tienen como objetivo principal aumentar la confianza del público consumidor, en el actual escenario de búsqueda continua de competitividad y diferenciación, en aras a la captación y fidelización de la clientela.

Lo anteriormente señalado, resume un concepto de negocio: “creación, gestión y desarrollo de la propia marca”, concepto identificado con la actividad en la que se ha centrado el estudio en este ámbito. En esta línea de actividad se enmarcan proyectos como Rusticae, Marca de Calidad de pequeños hoteles con encanto, y la compañía asturiana Grupo EuroLab, con el Sello veriSEG.

Rusticae es una de las Marcas hoteleras españolas con mayor prestigio, formada por más de 175 hoteles, a los que seleccionan y asocian al club, por cumplir los parámetros de su

carta de calidad. El Sello veriSEG-alimento seguro, garantiza a quien lo posee que sus instalaciones y productos satisfacen los rigurosos requisitos de Calidad y Seguridad Alimentaria.

No podemos dejar de mencionar el hecho de haberse detectado otro concepto o vía de actividad asociada a este ámbito, tras avanzar en las labores de análisis del presente estudio, como es el de prestación de labores de Consultoría para la implantación y desarrollo de otras Marcas más globales y generalistas, creadas y gestionadas por otras entidades: en esta línea hablamos de la Consultoría para la implantación del “Sello de Excelencia EFQM”, o la Marca de AENOR “Calidad de servicio para el pequeño comercio”, Sellos en los que se ha detectado un hueco, ya que son actividades con una carencia de profesionales en Asturias. En la línea anterior, mención especial merece el Sello de Calidad otorgado a la Junta Islámica de España, conocido como “Sello de Garantía HALAL”. La palabra “Halal” significa “permitido, autorizado o saludable” y cuando este término se aplica a productos o servicios, implica que éstos (Y SÓLO ESTOS) son aptos para ser consumidos por personas musulmanas.

2) Terceras partes de Confianza. Una tercera parte de confianza es una figura imparcial que puede dar fe de las compras y de los contratos realizados en Internet. Su función es archivar en soporte informático, por un período mínimo de cinco años, las comunicaciones electrónicas en que se documenten contratos y compras. Viene regulada en la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico, también conocida como Ley de Internet⁷.

Su utilización es voluntaria, aunque constituye sin duda un elemento diferenciador en las transacciones electrónicas. A modo ilustrativo, citamos el proyecto “terceros de confianza.com”⁸, iniciadores de este nuevo mercado todavía hoy poco conocido en España, aunque consolidado en otros países.

⁵ www.hgcobros.com. Sitio web de HISPANIA DE GESTIÓN Y COBROS, S.L. (HGCOBROS), empresa especializada en la prestación de servicios de reclamación y gestión de cobro de deudas de terceras personas en toda España.

⁶ Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas (BOE Núm. 294, de 8 de diciembre).

⁷ Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico (BOE núm. 166, de 12 de julio de 2002).

⁸ “tercerosdeconfianza.com”. Empresa privada que ofrece los servicios de Archivo y Certificación de Compras, Archivo de Contratos y Archivo de e-mails.



3) Mediación. La Mediación, como actividad económica, es un proceso mediante el que una tercera parte, experta y neutral, asiste a dos o más personas en la búsqueda de soluciones negociadas a su conflicto.

La mediación tiene las siguientes especialidades: Familiar, Empresarial, Penal, Escolar e Inter-Cultural.

El ámbito de actividades comprensivo de la *Seguridad de la Información*, abarca aspectos Legales, Técnicos y de Gestión de la Seguridad, lo que conduce a la diferenciación de los servicios en tres apartados:

- 1) Servicios Legales: adecuación a la legislación vigente en materia de Seguridad de la Información (Ley Orgánica de Protección de Datos y Ley de Servicios de la Sociedad de la Información).
- 2) Servicios Técnicos: Herramientas y Sistemas de aseguramiento (citamos como ejemplo la Firma Digital, Cortafuegos y Sistemas de Encriptación o Cifrado).
- 3) Servicios de Gestión Integral de la Seguridad: Diseño y Gestión de Planes de Contingencia. Son estos los servicios que podemos llamar integrales y comprenden la implementación de servicios legales y técnicos.

La *Medicina Preventiva* es la parte de la medicina encargada de la prevención de las enfermedades, basada en un conjunto de actuaciones y consejos médicos. Tiene distintas facetas y por ello se pueden distinguir dos tipos de prevención: 1) Prevención Primaria, conjunto de actividades sanitarias que se realizan antes de que aparezca una determinada enfermedad y se centran prácticamente en campañas de promoción de la salud (“campañas Anti-Tabaco”, “Prevención del Cáncer de Mama”, etc.) y 2) Prevención Secundaria, centrada fundamentalmente en programas de diagnóstico precoz.

Siguiendo el Plan de Salud del Principado de Asturias 2004-2007⁹, estructuramos las actividades de la Medicina Preventiva en las siguientes líneas de actuación:

- 1) Promover estilos de vida saludables, con campañas de prevención del alcoholismo, tabaquismo, fomento del ejercicio físico y alimentación saludable, etc.
- 2) Diagnóstico precoz del cáncer.
- 3) Campañas de Vacunación.
- 4) Control especial de las enfermedades crónicas (diabetes, enfermedades cardiovasculares etc.).

En este ámbito destacamos igualmente otras actividades asociadas fuera de lo que se ha conceptualizado como “Salud Preventiva”, a los efectos de este estudio. Así, se destaca la potencialidad de Servicios de la salud no tradicionales y/o alternativos, en la línea de los servicios prestados por dietistas, masajistas, medicinas alternativas, etc. Finalmente, y para cerrar el concepto de Salud Preventiva, nos parece adecuado incluir también, aquellas actividades de investigación asociadas a la Medicina: Investigación de Resultados en Salud, de gran valor tanto para la propia Administración como para la industria farmacéutica.

Las actividades objeto del ámbito de la *Seguridad Alimentaria*, son las relacionadas con el análisis y control de la trazabilidad en los procesos de fabricación de productos y de prestación de servicios alimentarios.

La actividad comprende tareas tanto de análisis, como de consultoría y control, a fin de que la empresa alimentaria pueda garantizar el cumplimiento de los estándares de seguridad y calidad alimentarias, de acuerdo a la legislación vigente.

La *Prevención de Riesgos Laborales* es el conjunto de actividades y medidas que se deben aplicar de forma obligada en la gestión empresarial. La empresa puede optar por diversas modalidades de organización de la actividad preventiva, bien directamente o bien recurriendo a un Servicio de Prevención Ajeno, caso que nos ocupa.

La legislación aplicable define al Servicio de Prevención Ajeno como “*el conjunto de medios humanos y materiales necesarios para realizar las actividades preventivas a fin de garantizar la*

⁹ Consejería de Salud y Servicios Sanitarios. www.princast.es (Salud Próxima)

adecuada protección de la seguridad y la salud de los trabajadores, asesorando y asistiendo para ello al empresario, a los trabajadores y a sus representantes y a los órganos de representación especializados".¹⁰

Para que una empresa pueda ejercer como Servicio de Prevención Ajeno debe cumplir una serie de requisitos y formalidades que le permitan acreditarse como tal por la Administración laboral correspondiente en el ámbito geográfico en el que actúe. Esta competencia está transferida a las Comunidades Autónomas, por lo que para poder constituirse como Servicio de Prevención Ajeno en Asturias es necesario solicitar la acreditación en la Consejería de Trabajo y Formación. Nos encontramos, de nuevo, ante un caso de actividad de las denominadas "reguladas".

La *Comercialización de Productos: Ropa, Equipos y Dispositivos*, comprende las actividades de Diseño, Fabricación y Comercialización de equipos y prendas de protección individual (EPI's) destinados a la Prevención de Riesgos Laborales.

El catálogo de productos que se ofertan abarca las prendas tradicionales (guantes, chaquetas, polainas, capuchones, trajes antitérmicos, etc.) y se completa con los equipos y prendas de seguridad complementarias. Es habitual que las prendas y equipos que lo precisen, sean homologadas para obtener el marcado CE. La Marca CE fue introducida por la Comisión Europea y es ella quien establece sus condiciones de uso dentro de las distintas directivas de la Marca. Con la Marca CE, las empresas o entidades que la ostentan dentro de la UE, declaran que el producto individual cumple las normas de seguridad generales.

La actividad económica de las *Aseguradoras* se centra en la oferta y comercialización de productos de aseguramiento de muy variados riesgos. De forma general, se clasifican en:

- Seguros Obligatorios: así denominados porque su contratación viene expresamente exigida por alguna disposición legal (Seguro

Obligatorio de Circulación de Vehículos, Seguro de Responsabilidad Civil para determinadas profesiones, Seguro de Responsabilidad Civil expresamente exigido a las empresas de Seguridad, etc.).

- Seguros Voluntarios: productos contratados de forma voluntaria, para dar cobertura a los más diversos riesgos, tanto personales como empresariales.

La actividad puede llevarse a cabo tanto por la propia compañía aseguradora, como por las figuras reguladas en la Mediación de Seguros: *Agentes de Seguros y Corredores de Seguros*.¹¹

3. OFERTA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DEL RIESGO

OFERTA PÚBLICA

En este apartado destacamos todos aquellos servicios de la Sociedad del Riesgo que son objeto de distintas iniciativas de entidades públicas o de entidades privadas sin ánimo de lucro, constituyendo servicios públicos o servicios asociativos, caracterizadas todas por la ausencia de matiz mercantilista, pero singulares por sus objetivos y contenidos.

La oferta pública de servicios es la siguiente:

- Vigilancia y protección: "*Plan Integral de Seguridad para Polígonos Industriales*", de la Asociación de Polígonos Industriales de Asturias, A.P.I.A.
- Marcas de Confianza: "*Casonas Asturianas*", "*Mesas de Asturias*" y "*Aldeas*", creadas y gestionadas por el Principado de Asturias.
- Mediación: *Servicio de Mediación Familiar*, de la Asociación de Mujeres Separadas y Divorciadas de Asturias, y *Programa de Puntos de Encuentro Familiar*, puesto en marcha por la Consejería de Vivienda y Bienestar Social del Principado de Asturias.
- Sistemas de Seguridad de la información: *Certificación Digital para empresas*, proyecto de las Cámaras cofinanciado por el Fondo

¹⁰ Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales (BOE núm. 269, de 10 de noviembre)

¹¹ Ley 9/1992, de 30 de abril, de Mediación del Seguro Privado (BOE núm. 106, de 2 de mayo de 1992)



Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), dentro del Programa de “Mejora de la Competitividad y Desarrollo del Tejido Productivo 2000-2006”.

- Medicina Preventiva: el *Plan de Salud para Asturias 2004-2007*, de la Consejería de Salud y Servicios Sanitarios, aborda las más amplias líneas de actuación en materia preventiva “clínica”.
- Seguridad Alimentaria: La *Asociación Empresarial de Hostelería* de Gijón, Carreño y Villaviciosa, ha puesto en marcha un proyecto de cooperación empresarial para facilitar a sus empresas asociadas el cumplimiento de las exigencias en seguridad alimentaria.
- Prevención de Riesgos Laborales: “*Plan Principado contra la Siniestralidad 2005*”¹² y “*Aula Interactiva de Prevención de Riesgos Laborales*”, ambos del Instituto Asturiano de Prevención de Riesgos Laborales.

OFERTA PRIVADA

Como presentación general de la Oferta Privada de servicios de la Sociedad del Riesgo, señalaremos los rasgos característicos que definen al sector.

La mayor parte de las empresas que ofertan los servicios tienen la condición de Microempresas, es decir, son empresas que emplean a menos de 10 personas.

Las oferentes son empresas jóvenes, el 42,86 % tienen menos de 3 años, y el 20% no supera los 5 años. Según un estudio de la Fundación Incyde¹³ el dato se nos revela preocupante, pues según las conclusiones del mismo, el indicador de supervivencia de las empresas durante los primeros 5 años de actividad se sitúa en el 53%, señalando que las empresas de pequeña dimensión son las que mayores dificultades encuentran en el proceso de consolidación.

La empleabilidad baja es otro dato definitorio del sector. Aunque se estiman expectativas de crecimiento de personal, este dato debe interpretarse en relación con la juventud de las empresas y su fase de consolidación de la plantilla, sin que en términos abso-

lutos suponga una oferta de empleo significativa.

La empleabilidad es nula para actividades de “Vigilancia” en la actualidad, aunque programas formativos, como los implementados por FADE en 2003, de “Vigilantas”, han tenido éxito, la empleabilidad potencial por la que en su día se plantearon, hoy ya está cubierta. Existen, no obstante, numerosas ofertas de empleo en Asturias, pero son para desarrollar el trabajo en otras CCAA. Además, para esta misma actividad se presentan barreras legales de edad y de nacionalidad: la edad máxima para obtener la habilitación es la de 55 años y sólo para las personas con nacionalidad española o de otro país de la Unión Europea.

La comercialización es demasiado localista. Aunque muchas de las empresas oferentes son conscientes de que su mercado está fuera de Asturias, no siempre se realizan los esfuerzos comerciales necesarios para ampliar el marco territorial de referencia y trabajar otros mercados.

Como cualquier nuevo yacimiento de empleo que emerge, muchos de los servicios son poco conocidos. Concretamente y para el ámbito de la “Industria de la Confianza”, ello implica que la oferta sea muy escasa y, casi en su práctica totalidad, pública.

En general es un sector muy tecnicista. Tanto las personas promotoras, como la mayoría de la plantilla, poseen un nivel y cualificación técnicos muy destacados.

Igualmente se destaca el hecho, señalado por la mayoría de personas entrevistadas del sector, de ser necesarias habilidades interpersonales para el buen desempeño de las actividades. Señalan la capacidad de negociación, comunicación y empatía como habilidades clave.

OFERTA FORMATIVA

El siguiente cuadro ilustra la oferta de formación, reglada y no reglada, en los distintos ámbitos de la Sociedad del Riesgo:

¹² <http://tematico.princast.es/trempfor/trabajo/iapr/inicio.htm>

¹³ Demografía empresarial en España: Creación y desaparición de Empresas. 1996-2000



VÍA DE PROGRAMACIÓN					
ÁMBITOS	REGLADA		NO REGLADA		
	UNIVERSITARIA	CICLOS PROFESIONALES	OCUPACIONAL (FIP/FSE)	FORMACIÓN CONTINUA	FORMACIÓN PRIVADA
Seguridad de Bienes y Personas		X	X	X	X
Seguridad contra Incendios y Explosiones					
Seguridad Financiera			X		
Industria de la Confianza	X				
Tecnología y servicios para la seguridad de la información	X	X	X	X	X
Salud Preventiva					
Seguridad Alimentaria		X	X	X	
Prevención de Riesgos Laborales	X	X	X	X	X
Aseguradoras					X

4. DEMANDA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DEL RIESGO

La potencial clientela de estos servicios está formada por tres *segmentos*: *particulares, empresas e instituciones*, con unos hábitos de consumo diferenciados y con un *grado de necesidad* distinto para cada segmento: alto en las Instituciones, bajo en las empresas y medio-bajo en particulares.

En algunos de los ámbitos, la compra de servicios se deriva de *obligación legal*, lo que se presenta como una oportunidad para las empresas oferentes de esos servicios. Es el caso de la Seguridad de la Información, la Seguridad Alimentaria y la Prevención de Riesgos Laborales.

Los *servicios de seguridad* más implantados en cada segmento de potencial clientela son diferentes. La Foto-Consumo¹⁴ siguiente ilustra la compra por parte de cada segmento:

¹⁴ La Foto-Consumo se ha elaborado a partir de encuestas dirigidas a los distintos segmentos de potencial clientela. Se han realizado un total de 1000 encuestas a hogares, empresas e instituciones, en el territorio del Corredor Siderúrgico.





CONSUMO 2005 PARTICULARES	
Ámbito	Consumo
Sistemas de vigilancia y protección	16,15%
Sistemas de seguridad contra incendios	11,90%
Mediación	1,13%
Sistemas de seguridad informática	27,76%
Salud preventiva	10,68%
Seguros obligatorios	73,09%
Seguros voluntarios	88,95%

CONSUMO 2005 EMPRESAS	
Ámbito	Consumo
Sistemas de vigilancia y protección	98,17%
Sistemas de seguridad contra incendios	96,95%
Sistemas de protección de datos de carácter personal	12,52%
Sistemas de información comercial y/o de solvencia de la clientela	5,88%
Sistemas de gestión de cobros	9,23%
Integración en algún sello de confianza o marca de calidad	26,22%
Terceras partes de confianza	8,54%
Sistemas de seguridad informática	64,63%
Servicio ajeno de prevención de riesgos laborales	32,93%
Ropa, equipos o dispositivos de prevención de riesgos laborales	56,10%
Seguros para sus instalaciones y actividades	98,17%

CONSUMO 2005 INSTITUCIONES	
Ámbito	Consumo
Sistemas de vigilancia y protección	98,04%
Sistemas de seguridad contra incendios	100,00%
Sistemas de gestión de cobros	10,71%
Integración en algún sello de confianza o marca de calidad	41,18%
Sistemas de seguridad informática	86,27%
Servicio ajeno de prevención de riesgos laborales	61,02%
Ropa, equipos o dispositivos de prevención de riesgos laborales	39,22%
Seguros	23,53%

5. ANÁLISIS DAFO DE LOS ÁMBITOS DE LA SOCIEDAD DEL RIESGO

Seguridad de Bienes y Personas

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Sentimiento generalizado de que la Seguridad debe ser un Servicio Público. • Existe intrusismo profesional (empresas y personal sin acreditación). • Concentración de la oferta en las grandes compañías nacionales y multinacionales (con sus centros de decisión fuera de Asturias). 	<ul style="list-style-type: none"> • El incremento del nivel de renta es una variable positiva para el consumo. • Crecimiento de zonas industriales: núcleos inseguros. • Las Nuevas Tecnologías aplicadas a la seguridad, suponen un ahorro de costes. • Nuevos hábitos en la vivienda (viviendas unifamiliares). • Elevada percepción de inseguridad.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Límites de edad y de nacionalidad para el acceso a la profesión. • Dificultad especial para conciliar la vida laboral y familiar. • Márgenes pequeños. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de consolidación elevado. • Cualificación de las personas promotoras. • Expectativas de incremento de volumen de negocio.

Seguridad contra Incendios y Explosiones

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Empresas competidoras consolidadas, amenaza para las actividades tradicionales de protección de incendios. • La potencial clientela, para las actividades ATEX, es la empresa del sector industrial, con baja representatividad en Asturias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de la normativa reguladora para todas las actividades, especialmente las normas ATEX, de reciente aplicación. • La cobertura actual de este riesgo es muy baja en el caso de la prevención de atmósferas explosivas (actividades ATEX), y baja en el caso de la prevención tradicional por parte de particulares.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Empresas muy jóvenes, con carencia de estructuras comerciales adecuadas (empresas de actividad ATEX). 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevada cualificación en las personas promotoras. • Conciencia de apertura de mercado fuera del territorio regional. • Expectativas de incremento de volumen de negocio.



Seguridad Financiera

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Confusión entre la Gestión de Cobros con otras figuras que utilizan métodos persuasivos que pueden atentar contra el derecho al honor. • Infundada creencia de que el servicio tiene un coste elevado. 	<ul style="list-style-type: none"> • La morosidad y el impago son un grave problema para la pyme. • Las estadísticas demuestran un alto índice de éxito de cobro, tras un procedimiento de gestión de cobros adecuado.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Empresas jóvenes. • Carencia de estructuras comerciales adecuadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevada cualificación de las personas promotoras. • Redes de cooperación formales con profesionales del mundo jurídico. • Expectativas de incremento de volumen de negocio.

Industria de la Confianza

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ámbito en el que alguna de las actividades se encuentra en fase de emergencia (destacadamente la Mediación y también las Terceras partes de confianza): no se conocen ni se tiene hábito de consumo. • La cobertura inicial de toda actividad emergente pasará por constituir un Servicio Público. • La figura inicial de la Administración, tanto como principal clientela además de como competidora, puede ser peligrosa. • Otras actividades, como las Marcas o Sellos de Confianza, encuentran una competencia consolidada y fuerte en las Marcas de los grandes organismos de certificación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diferentes ámbitos de aplicación en la actividad de Mediación (familiar, escolar, empresarial, social,...) todos aún sin cubrir. • En los ámbitos en los que se ha desarrollado de manera informal la Mediación, se destacó muy positivamente. • En el actual mercado competitivo, cada vez más las empresas deben distinguirse con un Sello de Confianza que reduzca la incertidumbre de consumidores y consumidoras. • En la misma línea anterior, las Terceras partes de Confianza se presentan como elemento diferenciador para todo tipo de actividades que suponen alguna transacción económica en la red.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El servicio ofertado constituye una pequeña parte, sin la debida identidad, del catálogo de servicios de algunas empresas. • Los servicios que se ofertan se canalizan por medio de oferta pública, o por una oferta privada en la que estas actividades constituyen una pequeña parte, sin la debida identidad, del catálogo de servicios de algunas empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativas de incremento de volumen de negocio.

Tecnologías y Servicios para la Seguridad de la Información

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Existencia de pseudo-oferta y de oferta de Servicios Públicos que están cubriendo un importante hueco de mercado. Desconocimiento generalizado de la normativa y de la dureza de sus sanciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Reciente normativa de obligado cumplimiento (LOPD y LSSI). Posibilidad de oferta de servicios parciales y/o integrales, en sistemas de seguridad. Cobertura actual de este riesgo aún en fase inicial (la LOPD sólo se cumple por parte del 10% de las empresas). Previsión de aumento de actividades inspectoras.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> Empresas jóvenes. Carencia de estructuras comerciales adecuadas. Concentración localista de la clientela. 	<ul style="list-style-type: none"> Elevada cualificación de las personas promotoras. Redes de cooperación formales entre profesionales del mundo jurídico y tecnológico: binomio necesario para el desarrollo riguroso de los servicios. Expectativas de incremento de volumen de negocio.

Salud Preventiva

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> El Servicio Público de Salud del Principado de Asturias cubre las necesidades con un grado de satisfacción muy elevado. Desconfianza hacia técnicas terapéuticas alternativas (acupuntura, homeopatía,...). Competencia de los grandes laboratorios. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades sanitarias “no clínicas” y/o alternativas, emergen en las tendencias de consumo. Se detecta un hueco de mercado en la actividad de investigaciones médico-farmacéuticas, aunque la vía de distribución pueda pasar por prestar servicios para las grandes compañías de investigación competidoras. Apertura al mercado nacional.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> Servicios sin identidad. Las técnicas preventivas se confunden en el catálogo de las empresas oferentes con los servicios paliativos. Empresas jóvenes (Actividad: investigaciones médicas). Se puede caer en la operativa de trabajar para “poca clientela de gran tamaño”. 	<ul style="list-style-type: none"> Cualificación de profesionales. Profesiones vocacionales. Elevada cualificación de las personas promotoras. Expectativas de crecimiento de volumen de negocio.

**Seguridad Alimentaria**

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento generalizado de las exigencias legales en materia de seguridad alimentaria.• Sentimiento de que el servicio supone sólo un gasto más para la empresa.• Las escasas barreras de entrada implican la existencia de numerosa pseudo-oferta.	<ul style="list-style-type: none">• Reciente normativa de obligado cumplimiento.• Sector asociado al agroalimentario, con tendencias positivas en Asturias.• Alianzas estratégicas con Laboratorios.• Posibilidad de asociar la Formación, como línea de negocio complementaria.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Empresas jóvenes.• Comercialización localista.	<ul style="list-style-type: none">• Servicios prestados con un rigor y profesionalidad destacados.• Elevada cualificación de los RRHH.• Expectativas de crecimiento de volumen de negocio.• Comercialización planificada.

Prevención de Riesgos Laborales

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Falta de conciencia y sensibilización sobre prevención, el cumplimiento de la ley es considerado como carga económica.• Sector que alcanza la madurez.• Políticas de fijación de precios con criterios cuasi temerarios.	<ul style="list-style-type: none">• Normativa de obligado cumplimiento.• Posibilidad de especialización (sectorial) como elemento de diferenciación.• Posibilidad de asociar la Formación como línea de negocio complementaria.• Aumento del control y de las inspecciones por parte de la Administración.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Comercialización localista (siendo especialmente destacado en este ámbito, cuando se ha detectado que un hueco importante de desarrollo de negocio puede pasar por la especialización sectorial).	<ul style="list-style-type: none">• Destacada cualificación de las personas promotoras y RRHH en general.

Aseguradoras

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Aparición en el mercado de la Banca-Seguros. • Competencia consolidada: tanto la gran compañía de seguros como las figuras de mediación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de aseguramiento por debajo de la media europea. • El incremento del nivel de renta es una variable positiva para el consumo. • Escasas barreras de entrada para operar como Agente o Subagente. • Normativa cada vez más proclive al aseguramiento de riesgos.
DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Ausencia de Formación Continua o Formación muy centrada en productos de Compañías concretas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplio catálogo de productos en constante actualización y adecuación a las necesidades y hábitos de consumo. • Previsiones de crecimiento de volumen de negocio constante.

6. CONCLUSIONES

El sector de la Sociedad del Riesgo, presenta unos rasgos muy característicos, teniendo en cuenta la diversidad de ámbitos y actividades que lo componen. Estructuradas en las variables Oferta, Demanda, Formación, Empleo y Creación de Empresas, se pueden extraer las siguientes conclusiones:

Oferta

En algunos de los subsectores analizados se detecta una *importante presencia de Oferta Pública*. En un caso, el de Industria de la Confianza, como prácticamente única oferta en el mercado, y en otro, el de Medicina Preventiva, con una oferta de los Servicios de Salud del Principado, que satisface las expectativas de la potencial clientela en un grado muy elevado.

Como característica de los *nuevos yacimientos de empleo en fase de emergencia*, los servicios de algunos de los ámbitos son poco conocidos. Este hecho proviene tanto de la falta de información de la oferta presente (Gestión de Cobros), como del desconocimiento por parte de las potenciales personas usuarias, de la existencia, necesidad y operatividad de algunos servicios (Mediación).

Es un *sector muy fragmentado*, donde la oferta se concentra en la micro y pequeña empresa.

La *juventud de las empresas* es también un dato destacable, el 42,86 % tienen menos de 3 años, y el 20% no supera los 5 años.

La *seudo oferta y el intrusismo profesional* están presentes en algunos de los ámbitos: Seguridad de la Información y Seguridad Privada. En el primer caso, por medio de empresas o profesionales que prestan otro tipo de servicios, que amplían su catálogo a las actividades propias de la Seguridad de la Información, prestando servicios de forma estandarizada y sin el "valor" que aportan profesionales de la seguridad. En el caso de la Seguridad Privada, desarrollando la actividad por medio de empresas y/o profesionales sin acreditar.

La *comercialización*, de manera general, es muy *localista*. Son pocas las empresas que desarrollan e implementan un Plan comercial fuera del ámbito de la CCAA. En la mayoría de las ocasiones, son conscientes de este problema, pero no se realiza el esfuerzo comercial necesario para abrir mercados.

Las *personas promotoras provienen*, en un porcentaje muy elevado, de *otras ocupaciones*, tanto por cuenta propia como por cuenta ajena.

Las empresas del sector prevén, de forma generalizada, *expectativas de incremento de volumen de negocio*.



Demanda

La potencial clientela está formada por *segmentos* muy diferenciados: *particulares, empresas e instituciones*, con unos hábitos de consumo igualmente diferenciados.

El *grado de necesidad* de incorporar algún sistema de seguridad es diferente en cada segmento de clientela. Así, podemos concluir que es alto en las Instituciones, bajo en las empresas y medio-bajo en particulares.

Los *servicios de seguridad* más demandados en cada segmento de potencial clientela son diferentes. Destacan el aseguramiento de riesgos personales y patrimoniales en el segmento de clientela particular, los sistemas de seguridad privada y el aseguramiento de riesgos patrimoniales en el segmento empresas y los sistemas de vigilancia y protección en las instituciones.

En algunos de los subsectores analizados, la compra de servicios se deriva de *obligación legal*, lo que se presenta como una oportunidad para las empresas oferentes de esos servicios. Es el caso de la Seguridad de la Información, la Seguridad Alimentaria y la Prevención de Riesgos Laborales.

Formación

La *oferta formativa* se presenta en la doble vía de programación formativa: *reglada y no reglada*.

Algunos subsectores presentan una *oferta formativa escasa* o que no se adapta, de forma concreta, a las necesidades de cualificación que presenta el subsector. En concreto, la oferta es escasa y no adaptada a las necesidades reales de desempeño, en los ámbitos de Seguridad Financiera, Industria de la Confianza y Seguros. La oferta es nula o inexistente en los ámbitos de Seguridad contra Incendios y Salud Preventiva (investigaciones médico-farmacéuticas).

Empleo

Los *perfiles profesionales* necesarios para desarrollar las actividades del sector, en general, tienen un marcado carácter *técnico*.

Los *perfiles profesionales que actualmente demandan* las empresas oferentes para sus contrataciones futuras son los siguientes:

- Tareas Técnicas: Consultoría ATEX, Consultoría de Calidad, Consultoría Jurídica (especialidad en LSSI), Consultoría Informática (diseño y desarrollo de productos y servicios de seguridad), Servicio de Prevención de Riesgos Laborales, Biología, Veterinaria y Química.
- Otras tareas: Comercial, Administración, Instalación, Soldadura e Informática.

La *masculinización* es un dato significativo en el ámbito de la *Seguridad de Bienes y Personas*.

Las *expectativas de incremento de personal* son generalizadas, dato que debe interpretarse en relación con la juventud de las empresas y su fase de consolidación de la plantilla, sin que en términos absolutos suponga una oferta de empleo significativa. En general, *la oferta de empleo es baja* y en algunos ámbitos no existe oferta (Vigilancia de Seguridad y Sector Seguros).

Creación de empresas

La Seguridad Financiera, la Seguridad de la Información y la Seguridad Alimentaria se presentan como las alternativas a la creación de empresas con un mayor potencial. Con un potencial medio, las empresas que desarrollan su actividad en los ámbitos de Seguridad de Bienes y Personas, Industria de la Confianza y Salud Preventiva. Finalmente y como alternativas con menor potencial, señalamos las de Seguridad contra Incendios y Explosiones, Prevención de Riesgos Laborales y Aseguradoras.

No obstante el grado de potencialidad, en todos los subsectores se detectan oportunidades de negocio. Son las siguientes:

- *Seguridad de Bienes y Personas*: “Instalación y Mantenimiento de Sistemas de Seguridad”, “Instalación de puertas blindadas y acorazadas”, “Taller de Carpintería Metálica, especializado en cierres, rejas, portones de seguridad, etc.”, “Consultoría integral de sistemas de seguridad”, “Consultorías ATEX”.
- *Seguridad Financiera*: “Gestión de cobros”, que puede complementarse con “Servicios de Información financiera y comercial”.
- *Industria de la Confianza*: “Creación y Gestión de Marcas o Sellos de Confianza”,

- “Consultoría para la Implantación de Sistemas de Calidad y/o Marcas de Garantía” y “Servicio de Mediación” (complementado con formación, ediciones y publicaciones).
- *Seguridad de la información*: “Consultoría de Protección de Datos”, “Consultoría Tecnológica para la implantación de Sistemas de Seguridad” y “Diseño de Sistemas de Seguridad”.
 - *Salud Preventiva*: Consultorios y/o Centros de Medicina Preventiva: clínicas no tradicionales y terapias alternativas (Dietética y Nutrición, Naturopatía, Masajistas, Acupuntura, etc.).
 - *Seguridad Alimentaria*: “Consultoría” y “Formación”.
 - *Prevención de Riesgos Laborales*: “Servicio Ajeno de Prevención” y “Comercialización de productos” (ropa, equipos y dispositivos).
 - *Aseguramiento de Riesgos*: “Comercialización de Seguros”.

Se consideran muy positivas las alianzas estratégicas entre empresas y/o profesionales que desarrollen actividades complementarias. En esta línea se han destacado las alianzas entre profesionales del mundo jurídico y de gestión de cobros, igualmente entre profesionales jurídicos y tecnológicos, y entre empresas de seguridad alimentaria y laboratorios de analíticas diversas.

Las nuevas iniciativas empresariales, planteadas en este sector, operarán en un mercado segmentado en tres tipos de potencial clientela: particulares, empresas e instituciones. Sus políticas de Marketing-Mix (Producto, Precio, Comunicación y Distribución) deberán planificarse y adaptarse a cada uno de los segmentos de manera detallada. La estrategia de Comercialización deberá plantearse, con carácter global y no localista.

Es conveniente que la persona promotora posea una cualificación técnica específica para cada ámbito de actividad en concreto, además de habilidades interpersonales adecuadas.

En general, las nuevas iniciativas empresariales podrían funcionar con una estructura de personal sencilla, aunque flexible y polivalente. Sencilla, en el sentido de ser suficiente una plantilla compuesta por 2-3 personas para puestos técnicos y una persona como apoyo administrativo. Flexible y polivalente, en el sentido de ser capaces de asumir las labores técnicas, comercia-

les, de atención a la clientela y, en su caso, las formativas. Como excepción, citar algunas actividades reguladas que requieren otras estructuras de personal, es el caso de la actividad de “Vigilancia y Protección”, para la que se exige una plantilla mínima de 10 vigilantes o vigilantas para contar con la acreditación administrativa.

En general, como empresas de prestación de servicios, la puesta en marcha de proyectos empresariales en este sector, no requiere un esfuerzo inversor importante. Como excepciones, debemos citar el ámbito de la Seguridad de Bienes y Personas y el ámbito de Seguridad Alimentaria. En el ámbito de la Seguridad de Bienes y Personas, la acreditación administrativa obligatoria exige unos importantes activos de partida. En el ámbito de la Seguridad Alimentaria, las inversiones necesarias para la puesta en marcha son bastante elevadas cuando en el concepto de negocio inicial se contempla como servicio asociado el Laboratorio, además de la propia Consultoría de Seguridad.

7. RECOMENDACIONES

Se estructuran en tres grandes apartados, relativos a la generación de los escenarios más positivos para la creación de empresas y desarrollo empresarial, la formación y el empleo y por último, recomendaciones desde una perspectiva de género.

1. PROMOCION Y DESARROLLO EMPRESARIAL

En este apartado se plantean las siguientes recomendaciones:

1. *Introducción y sensibilización a la cultura del consumo* de los servicios de la Sociedad del Riesgo que hoy son menos conocidos, “lugar común” en la fase de emergencia de todo nuevo yacimiento de empleo, destacando en este sentido los servicios de mediación.

Se propone a continuación una serie de actuaciones, que podrían constituir instrumentos válidos para activar esta primera recomendación:

- *Diseñar e implementar Campañas de Difusión Social*, para el acercamiento a la ciudadanía de las figuras hoy menos conocidas.



- *Cobertura pública inicial*: acostumbran a ser necesidades sociales no cubiertas por el mercado, debido en gran parte a la falta de perspectivas de rentabilidad al ser mercantilizadas como consecuencia de la existencia de un elevado contingente de demanda no solvente.
- *Legislación autonómica de partida* como medida reguladora de la propia actividad.
- *Recopilación de buenas prácticas*, tanto públicas como privadas, llevadas a cabo en los ámbitos analizados, a nivel nacional y europeo.
- No obstante lo dicho, se deben adoptar las suficientes “cautelos” ante iniciativas empresariales en este ámbito, ya que la figura de la Administración, tanto como principal clientela (por la dilatación de los pagos y por su gran tamaño) además de como competidora (por la dificultad de competir en precios), puede ser “peligrosa”.

2. Apoyo a las empresas entre la fase de Primera Gestión y la Consolidación.

En esta línea, deben optimizarse recursos ya existentes en el territorio, de forma activa, coordinando los mecanismos adecuados para que las iniciativas empresariales en la Sociedad del Riesgo participen en estos proyectos y se beneficien de sus actuaciones. Los programas que podrían asociarse en esta línea de actuación son: Equal Progreso¹⁵, Programa Activa y Proyecto Impulso¹⁶.

3. Actividad Inspectoral más intensa, en los ámbitos donde proceda.

4. Apoyos a la Comercialización. Sugerimos medidas en la línea de Misiones Comerciales Nacionales o Ferias Virtuales que permitan dar a conocer los productos y/o servicios de la Sociedad del Riesgo fuera de nuestra región.

5. *Creación de redes formales de apoyo tutorial profesional*, adecuadas y específicas para los distintos colectivos diana del Proyecto EQUAL “Ciudades del Acero – Espacio Emprendedor”, para suplir tanto la falta de experiencia empresarial de las personas promotoras de proyectos empresariales, como la carencia de redes personales y profesionales de contacto. La línea de actuación concreta podría ser el diseño y desarrollo de una red formal de figuras tutelares (mentores o mentoras, o business angels¹⁷) para este cometido. Además, se debería partir de la sensibilización y formación a esas figuras, con el doble objetivo de que adquieran un compromiso social y además, que cuenten con un protocolo de actuación en el desempeño de su labor tutorial (“venture academies”¹⁸). De esta manera, proyectos promovidos por personas de un colectivo diana, como son las personas jóvenes con titulación universitaria y sin experiencia, podrían tener un respaldo técnico y personal para suplir sus carencias.

6. Ante la evidente falta de ayudas individuales concretas al sector servicios en general, y al sector servicios de la Sociedad del Riesgo en particular, se hace necesario que agentes de promoción o asociativos impulsen, como organismos intermedios, proyectos colectivos que cubran necesidades comunes de las empresas que prestan servicios dentro de la Sociedad del Riesgo. El Plan de Consolidación y Competitividad de la Pyme puede ser una vía para canalizar este tipo de proyectos¹⁹.

2. FORMACION Y EMPLEO

7. *Análisis y detección de las necesidades formativas* que se pueden derivar de sectores emergentes.

¹⁵ www.equalasturias.net

¹⁶ www.cmegijon.es

¹⁷ Business angels: personas privadas que realizan inversiones dispuestas a dar impulso, soporte y acompañamiento a nuevos proyectos empresariales. Suelen ser empresarios o empresarias de éxito, con una amplia capacidad relacional en los estamentos sociales y económicos.

¹⁸ Venture academy: programa formativo dirigido a los y las business angels, con el objetivo de dotar y/o mejorar las habilidades necesarias para gestionar adecuadamente su participación en proyectos de inversión.

¹⁹ El Plan de Consolidación y Competitividad de la PYME (PCCP) tiene por objeto la concesión de ayudas a través de subvenciones directas destinadas a la financiación de actuaciones que realicen Organismos Intermedios y Pequeñas y Medianas Empresas. El objetivo de estas ayudas es acercar la Sociedad de la Información a los Organismos Intermedios y facilitar la incorporación por parte de éstos y de las Pequeñas y Medianas Empresas españolas de las técnicas empresariales más innovadoras.

8. *Diseño de planes de fomento del empleo de jóvenes con titulación universitaria*, en los que se contemplen las actividades de la Sociedad del Riesgo como acciones incentivables.

3. PERSPECTIVA DE GÉNERO

9. *Fomentar*, desde las etapas más básicas de la orientación laboral, el trabajo en estos sectores, a priori masculinizados, desmitificando perfiles preconcebidos.

10. *Impulsar la tutela de proyectos empresariales promovidos por mujeres*, utilizando para ello las metodologías y herramientas ya diseñadas para este fin, destacando el documento elaborado por la Fundación Mujeres y editado por la Fundación Metal, titulado “Dispositivos de creación de empresas: protocolo de actuación desde un enfoque de género”²⁰.

²⁰ “Dispositivos de creación de empresas: protocolo de actuación desde un enfoque de género”. Instituto Asturiano de la Mujer. “La Igualdad Crea Empleo” 2004.



BHP

Sector Servicios a
las Personas
corredor siderúrgico



1.	Introducción	49
2.	Metodología	49
3.	Marco socioeconómico	51
4.	Análisis de resultados	54
5.	Análisis DAFO	60
6.	Conclusiones	62
7.	Recomendaciones	63



1. Introducción

Este estudio de “Diagnóstico y potencialidad del sector de servicios a las personas” se inscribe en el ámbito de la iniciativa comunitaria EQUAL, proyecto “Ciudades del Acero: Un Espacio Emprendedor”, promovido por la Agrupación de Desarrollo Corredor Siderúrgico.

El propósito del estudio es disponer de información sobre este sector emergente de actividad como generador de empleo y autoempleo. Conocer para actuar en la promoción social, profesional y empresarial de las personas que quieren desarrollarse laboralmente en el mismo.

El **sector de servicios a las personas** incluye una gran variedad de actividades. Son servicios que tradicionalmente se han desarrollado en los hogares familiares y son prestados mayoritariamente por mujeres.

Dentro de esta pluralidad de servicios hemos considerado que la atención y cuidado de **las personas mayores y de los y las menores** de 14 años (especialmente entre 0 y tres años) constituye uno de los sectores con más proyección en los próximos años.

Objetivos del Estudio

- Conocer la situación actual del sector empresarial de servicios a las personas.
- Analizar el tejido empresarial del sector en el territorio del Corredor Siderúrgico (C S).
- Detectar fortalezas y debilidades del sector.
- Diagnosticar la feminización del sector y los obstáculos al acceso de la mujer al mismo.
- Detectar los subsectores con mayor potencialidad.
- Expectativas de generación de empleo y sus perfiles y cualificaciones.
- Determinar el escenario de evolución del sector en los próximos años, detectando posibles huecos en el mercado.

Partiremos de una descripción comparada de la situación del sector económico de Servicios a las Personas mayores y a la infancia, de la comprensión de las variables incidentes en el

territorio del Corredor Siderúrgico, y del examen de las tendencias de evolución del mismo (influenciadas por la normativa legal de regulación del Sistema Nacional de Dependencia); para presentar los resultados del trabajo de campo (cuantitativo a través de encuesta y cualitativo a través de Grupos de Discusión) que analizan la oferta y la demanda de estos servicios y que nos servirán para realizar el análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (D.A.F.O.).

En el apartado de Conclusiones y Recomendaciones recapitularemos la expectativa de desarrollo del sector, su capacidad de estimular iniciativas empresariales y de generar empleo.

2. Metodología

2.1. Delimitación del campo de observación

En el estudio de “Servicios a las personas” hemos analizado el sector empresarial dedicado a las personas mayores, dependientes y no dependientes, y a las menores de 14 años, especialmente el grupo de 0 a 3 años. Desde el punto de vista de la demanda y la oferta, se ha realizado un diagnóstico de este sector en los siete municipios que forman el Corredor Siderúrgico. Estos municipios son **Avilés, Carreño, Castrillón, Corvera, Gijón, Gozón e Illas**.

2.2. Fuentes de información

Se recogieron y clasificaron las informaciones de tipo documental y estadístico sobre la evolución de las principales magnitudes sectoriales en Asturias, resto de España y otros países.

- Bibliografía especializada sobre el sector (Informes del IMSERSO, etc.).
- Documentación primaria y secundaria (censos, encuestas laborales, etc.).
- Otros trabajos ya realizados (Corredor Siderúrgico, Ayuntamiento de Gijón, etc.).
- Búsqueda en Internet (INE, SADEI, OPM, PRINCAST, etc.).

2.3. Análisis cuantitativo

FICHA TÉCNICA		
Técnica	Encuesta personal censal a través de cuestionario cerrado con preguntas abiertas de aplicación en la sede de la persona entrevistada	
Universo/Muestra	203	Entidades relacionadas a explorar
	123	Universo definitivo
	30	No localizadas
	43	No participaron en el estudio
	50	Entrevistadas 42 validadas.
Trabajo de Campo	Entre octubre y diciembre de 2005	
Tratamiento de Datos	Programa SPSS V. 11	

Se realizaron 50 entrevistas, **42 válidas**, a diferentes empresas del sector:

- Empresas de servicio a domicilio, tanto a mayores como a infancia.
- Residencias para la Tercera Edad.
- Centros Sociales.
- Centros de Día (tanto públicos como privados).
- Guarderías y Ludotecas.
- Escuelas de Educación infantil.
- Asociaciones de actividades de ocio extraescolares para la infancia.
- Empresas de Animación socio-cultural.

2.4. Análisis cualitativo

FICHA TÉCNICA		
Técnica	Grupo de Discusión (GD)	
Número	3	Seis personas por grupo
	1	GD dedicado a la infancia: Compuesto por personas expertas en el área.
	2	GD dedicado a las personas mayores: Informantes clave y personas cualificadas.
	3	GD de personas representativas de los potenciales demandantes de servicios en estas áreas.
		Entrevistadas 42 validadas (extraídas del cuestionario).
Trabajo de Campo	Entre octubre y diciembre de 2005	
Guión	Se elaboró un guión para semidirigir los Grupos.	
Tratamiento de Datos	Grabación, transcripción y análisis	

3. Marco socioeconómico del territorio

3.1. Territorio

Dentro del territorio de Asturias, al norte de

España, que ocupa una superficie de 10.603,57 Km² nos encontramos en su costa central con un grupo de concejos que constituyen el Corredor Siderúrgico, que engloba los concejos de Avilés, Carreño, Castrillón, Corvera de Asturias, Gijón, Gozón e Illas.



Localización del Corredor siderúrgico en Asturias

La superficie total ocupada por el Corredor siderúrgico supone un 4,56% del territorio total

de Asturias (483,70 Km²) aunque se concentra el 38,91% de la población total de Asturias.

DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL Y POBLACIÓN DE LOS CONCEJOS DEL CORREDOR SIDERÚRGICO
(Elaboración propia con datos de SADEI, 2005)

	Superficie		Población			
	Km ²	%	hombres	mujeres	total	%
ASTURIAS	10603,57	100	516.329	560.306	1.076.635	100
CORREDOR SIDERÚRGICO	483,70	4,56	200.147	218.766	418.913	38,91
Avilés	26,81	0,25	40.203	43.652	83.855	7,79
Carreño	66,70	0,62	5.248	5.468	10.716	1,00
Castrillón	55,34	0,52	11.158	11.774	22.932	2,13
Corvera de Asturias	46,01	0,43	7.726	8.043	15.769	1,46
Gijón	181,60	1,71	130.064	143.867	273.931	25,44
Gozón	81,73	0,77	5.201	5.473	10.674	0,99
Illas	25,51	0,24	547	489	1.036	0,10

% con respecto a la superficie y población total de Asturias

Como se ha podido observar, la población del Corredor Siderúrgico supone casi la mitad del total poblacional de Asturias. Esto se debe a la distribución territorial de la población en el área administrativa de la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias o, simplemente, Asturias.

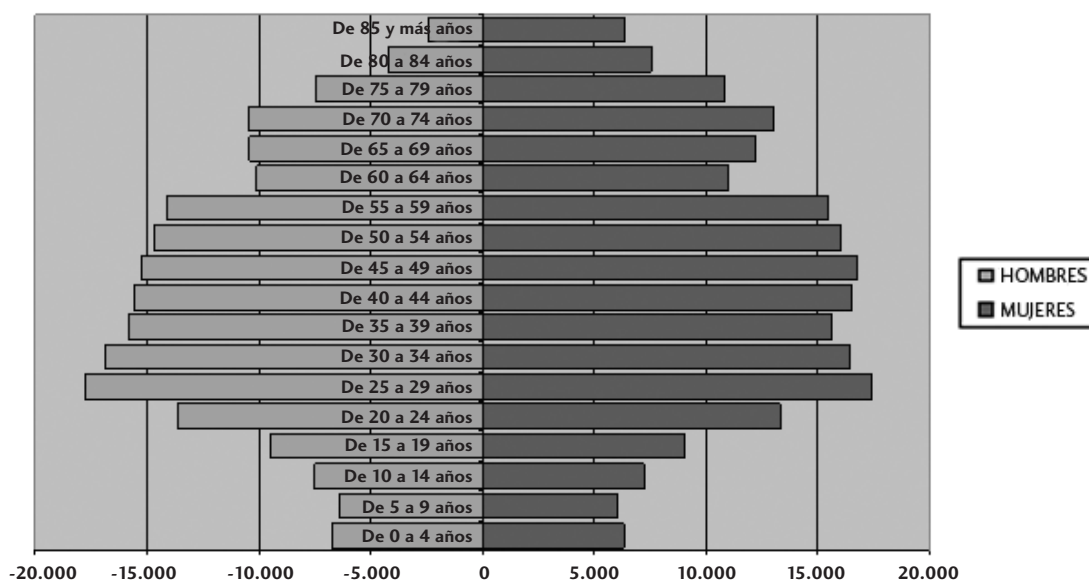
3.2. Demografía

Dentro de los intereses de este estudio los fenómenos demográficos más relevantes son el

envejecimiento de la población, la **baja natalidad** y el **débil saldo migratorio** que no alcanza a compensar los fenómenos anteriores (SADEI).

La pirámide poblacional asturiana y del Corredor Siderúrgico es similar a la española con una *marcada tendencia a pronunciar* los fenómenos de envejecimiento, prolongación de la vida y baja natalidad.

PIRÁMIDE CORREDOR SIDERÚRGICO



Elaboración propia. Fuente: INEBASE - Revisión del Padrón municipal 2004.

Se aprecia un severo descenso de la natalidad desde hace unos 25 años, más acusado que en el resto de España y también una tendencia al cambio de "pirámide" a "pilar" en los tramos superiores a 25 años. Coincidentes con el "baby bom" acaecido entre 1960 y 1975.

La revolución sexual que en nuestra sociedad ha sido simultánea a la disponibilidad de métodos anticonceptivos, la importantísima incorporación al mercado de trabajo de las mujeres en edad fértil (y su alejamiento subsiguiente del hogar y la crianza, con tasas para Asturias de fecundidad para 2004 de 28,05 cuando en España se sitúan en el 41,27 – fuente INE-); el retraso en el primer parto, debido sobre todo a la prolongación de los estudios hasta nivel universitario especialmente en las mujeres, la situación de alta incidencia del desempleo juvenil y su efecto en la disponibilidad de recursos económicos para el acceso a la vivienda y el mantenimiento de los hijos y las

hijas en edades en que hace décadas ya se tenía el/la primer hijo/a, han contribuido, en diferente medida, a que hombres y mujeres realicen sus aspiraciones y han reducido notablemente el número de nacidos/as provocando un efecto estadístico de envejecimiento social (Tasa Bruta de Natalidad para 2004 en Asturias 6,91, en España 10,62 Fuente INE). A la vez, sabemos que se dispone de menos tiempo para su cuidado en el seno de la unidad familiar.

Por otro lado, el envejecimiento no se debe sólo al efecto estadístico de la baja natalidad sino a una efectiva prolongación de la vida, más allá de los 80 años en muchos casos, debido a las mejoras generales de salud y condiciones de vida a lo largo de los años y a una alta eficacia en el tratamiento de las enfermedades propias de la edad avanzada (la esperanza de vida ha evolucionado en Asturias de forma similar al resto de España, desde los 73,28 años para los dos sexos en 1975 hasta los 78,01 de 1998 y

los 78,8 de 2004. *Fuente INE*). Eficacia que no llega a alcanzar los resultados de autonomía e independencia en la curación o paliación de las enfermedades. Por lo que nos encontramos con un numeroso colectivo de mayores (“inflado” por el efecto de reconversiones industriales que en Asturias han supuesto la prejubilación de decenas de miles de personas entre los 45 y los 60 años, que se han sumado a las personas demandantes de servicios) divididos entre personas mayores con autonomía y buena salud y personas mayores dependientes en mayor o menor grado.

3.3. Estructura productiva, Actividad, Ocupación y Desempleo, Género

En los últimos catorce años un sector industrial masculinizado ya en retroceso relativo da paso a un sector servicios donde la mujer tiene más oportunidades iniciales. Así entre los hombres la población activa crece ligeramente y descendiendo la ocupada y la parada; sin embargo entre las mujeres el crecimiento de la población activa y ocupada es de decenas de miles, muy alto, y el descenso de las desempleadas también es muy acusado. Podríamos decir que la terciarización ha absorbido la mayoría de los empleos que se han creado y que las mujeres son las que mayormente han ocupado esos empleos.

Población ocupada, activa y parada según sexo. Periodo 1991-2004. Asturias

Media anual	Población ocupada			Población activa			Población parada		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
1991	360,4	243,5	116,9	426,6	272,7	153,9	66,3	29,3	37,0
1992	351,9	235,7	116,3	423,1	267,3	155,8	71,2	31,7	39,6
1993	337,9	220,7	117,3	425,2	264,4	160,8	87,3	43,7	43,6
1994	329,4	214,9	114,5	396,9	241,2	155,7	89,3	45,1	44,3
1995	327,1	213,2	113,9	390,0	244,5	145,5	78,7	40,4	38,3
1996	326,9	212,4	114,5	413,4	255,7	157,7	86,5	43,3	43,2
1997	320,2	208,4	111,8	405,0	251,0	154,1	84,9	42,6	42,3
1998	326,3	212,8	113,5	402,0	246,8	155,1	75,7	34,2	41,6
1999	340,3	219,0	121,3	414,3	249,5	164,7	74,0	30,6	43,5
2000	351,6	227,6	124,1	423,6	256,7	166,9	71,9	29,1	42,8
2001	364,6	232,2	132,4	395,1	244,0	151,2	30,6	11,8	18,8
2002	372,1	232,8	139,4	412,3	250,6	161,7	40,2	17,8	22,4
2003	385,0	236,1	148,9	433,3	256,3	177,0	48,3	20,2	28,1
2004	390,4	238,3	152,2	435,6	256,8	178,9	45,2	18,4	26,7

Elaboración propia. Fuente SADEI. En miles de personas.

Tasas de actividad y paro según sexo 2004

Media anual	Tasas de actividad			Tasas de paro		
	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres
ASTURIAS	46,44	57,57	36,36	10,36	7,18	14,92

Elaboración propia. Fuente INE

Este fenómeno de terciarización de la economía es general en todo el estado español y forma parte de un gran proceso de transformación de las economías más desarrolladas del mundo desde la producción industrial como base del desarrollo hacia las formas más avanzadas de Sociedad de Consumo, PostIndustrial, donde los sectores económicos englobados en el epígrafe "Servicios" incluyen muchas más actividades que las de Servicios a las Personas. De hecho y para 2004 observamos que en el territorio del Corredor podemos calcular que 35.343 personas se dedican a los Servicios a las Personas, lo que supone un 9 % del total de personas ocupadas de Asturias y un 24,5 % de

las personas ocupadas en Servicios del Corredor Siderúrgico, mientras que el total del sector Servicios en Asturias es el 66,5 % de la ocupación asturiana y el total del sector Servicios en el Corredor es el 65,7 %.

La conjunción de terciarización con tasas de actividad que pueden crecer el doble en el caso de las mujeres permite vislumbrar un futuro escenario resultado de la acentuación de las tendencias presentes: progresiva y continua incorporación de la mujer al mercado laboral, fundamentalmente en el sector servicios pues es donde se crean puestos de trabajo.

3.4. Rentas

Comparativa de Renta Familiar Disponible por habitante y su variación (evolución) entre los municipios del Corredor Siderúrgico, Asturias y España

	Renta familiar disponible por habitante, en euros	Variación de renta familiar disponible en el período 1998-2003
ESPAÑA	10.200 - 11.300	34 % - 42 %
ASTURIAS	10.200 - 11.300	26 % - 34 %
AVILÉS	9.300 - 10.200	26 % - 34 %
CARREÑO	10.200 - 11.300	26 % - 34 %
CASTRILLÓN	10.200 - 11.300	26 % - 34 %
CORVERA	9.300 - 10.200	26 % - 34 %
GIJÓN	11.300 - 12.100	26 % - 34 %
GOZÓN	10.200 - 11.300	26 % - 34 %
ILLAS	9.300 - 10.200	26 % - 34 %

Elaboración propia. Fuente: La Caixa. Servicios de Estudios Económicos. Anuario 2003

La renta familiar de los municipios del Corredor es similar a la media regional y estatal con diferencias internas, siendo los concejos de Avilés, Corvera e Illas los de menor renta y Gijón el de mayor.

El importe medio mensual de las pensiones de las clases pasivas en Asturias es de 783 euros en 2003 y las de jubilación de 1.237 euros (Fuente: IMSERSO. Asturias). Fruto de las reconversiones industriales la renta disponible es similar a la media española y las pensiones están por encima de esa media.

4. Análisis resultados (cuantitativos y cualitativos)

4.1. Análisis de la Oferta

De los resultados de la encuesta aplicada a 42 empresas del sector empresarial de Servicios

a las Personas con presencia en el territorio del "Corredor Siderúrgico", se evidencia que estas entidades consultadas dirigen su oferta de servicios a dos amplios segmentos de la población, los cuales demandan crecientemente la atención y el cuidado al margen de las familias: la infancia y las personas mayores.

De las 42 empresas consultadas, cerca del 60% prestan sus servicios a las personas mayores (dependientes o no), si bien es necesario puntualizar que algunas de ellas abarcan un espectro poblacional más amplio, dirigiéndose también a la infancia. A este último segmento de población se orientan específicamente el 40% de las entidades encuestadas, aunque dos de ellas atienden también a la juventud. La mayoría inició su actividad en los últimos quince años, de lo cual se puede deducir que en los últimos tres lustros la oferta se ha diversificado e intensificado. En el Gráfico 1 puede verse la distribución de las entidades por su modalidad de atención.

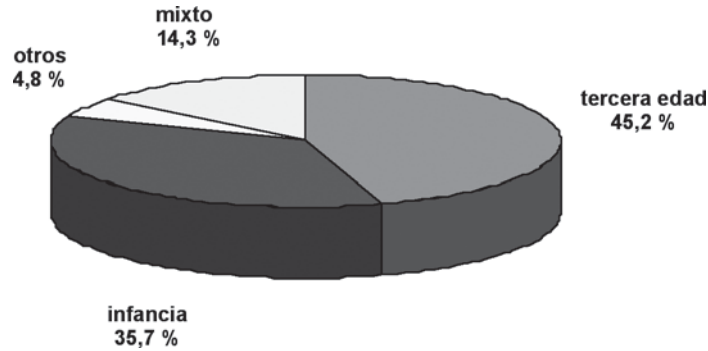
La mayor parte de las empresas y entidades encuestadas tiene su sede en los dos grandes núcleos urbanos del territorio (Gijón y Avilés), pues lógicamente es en estas ciudades donde se concentra la mayor demanda de servicios. También son estas dos grandes ciudades asturianas las que acogen prácticamente a la totalidad de la oferta privada.

Para estudiar la oferta de servicios de las empresas encuestadas se agruparon todas las actividades en dos categorías: *personas mayores* e *infancia*. Debido al carácter múltiple de muchas de las respuestas del cuestionario, se elaboró una estimación con el objeto de hallar la importancia relativa de cada una de las variantes del servicio en relación al total. De este modo se han podido realizar comparaciones entre la oferta de servicios, por una parte, y la percepción de la demanda y de las necesidades de

atención realizada por las propias personas entrevistadas, por la otra. Todo ello permite afirmar que actualmente la oferta no se adecúa a la demanda de esta clase de servicios.

En los gráficos 1, 2 y 3 se muestran de forma simplificada, pero al mismo tiempo esclarecedora, las diferencias entre los tipos de oferta existentes. En la **oferta dirigida a las personas mayores**, el mayor peso lo ostentan las residencias, con más de un tercio de la oferta. También se observa que las actividades de ocio y cultura ocupan casi un 28% del total, un porcentaje importante, menor del ocupado por los centros de día, los cuales no alcanzan la cuarta parte de la oferta. La atención a domicilio es aún más baja, pues abarca apenas el 9% de la oferta total. Finalmente, las actividades en centros sociales tienen el menor peso en la oferta, con apenas el 4%.

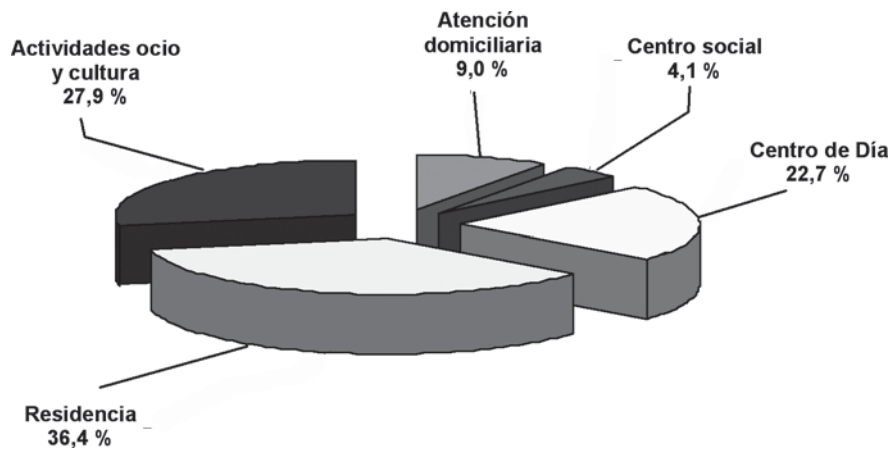
Gráfico 1. Entidades y empresas en el Corredor Siderúrgico según modalidad



«Otros»: Servicios socio-culturales a infancia y juventud
 «Mixto»: Servicios que combinan la atención a personas mayores e infancia

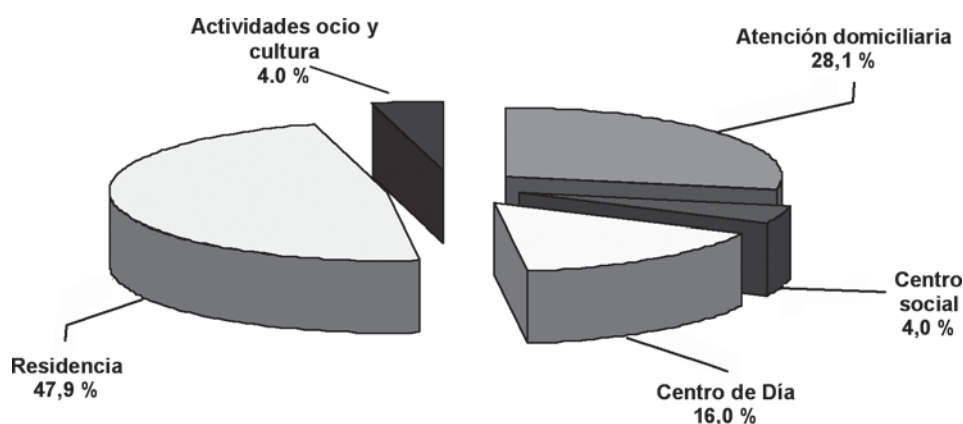
Fuente: Cuestionario a empresas de servicios a las personas en el Corredor Siderúrgico, 2005

Gráfico 2. Estimación de la importancia relativa en la oferta de servicios dirigida a las personas mayores



Fuente: Cuestionario a empresas de servicios a las personas en el Corredor Siderúrgico, 2005

Gráfico 3. Estimación de la importancia relativa de la demanda percibida de servicios dirigida a las personas mayores



Fuente: Cuestionario a empresas de servicios a las personas en el Corredor Siderúrgico, 2005

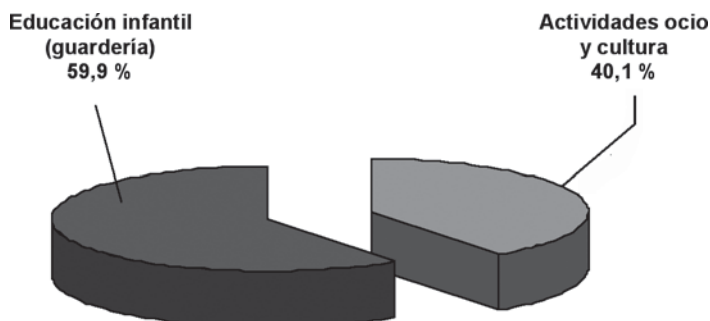
Si se observa ahora **la demanda percibida**, se aprecia cómo la importancia relativa de cada servicio destinado a **las personas mayores** varía con respecto a la oferta. Los dos rubros de actividad más importante, de acuerdo con esta estimación, serían las residencias, con un peso cercano al cincuenta por ciento, mientras que la atención domiciliaria ocuparía el 28% de la demanda. A cierta distancia le seguirían los centros de día, con un 16% y, finalmente, con menos importancia, se encontrarían las actividades de ocio y cultura y los centros sociales, con un 4% cada actividad. La lectura que podemos obtener de la comparación de estas dos distribuciones relativas apuntaría a una mayor preocupación social por garantizar los cuidados básicos a las personas mayores, bien sea en establecimientos residenciales o en el propio domicilio.

Los servicios destinados a la infancia, se redujeron para este estudio a dos categorías, acordes con los fines del sistema educativo español, que considera la educación tem-

prana de 0-3 años como una etapa con carácter más pedagógico que asistencial. La oferta se decanta claramente por este doble carácter educativo-asistencial, aunque con un componente de ocio y actividades lúdicas más fuerte de lo expresado en el resultado de la demanda percibida, donde el componente educativo y asistencial está más reforzado (se inclina en sus dos terceras partes hacia las actividades educativas y de asistencia directa a la infancia). Los resultados sobre la oferta y la demanda percibidos en los servicios a la infancia se resumen en los gráficos 4 y 5.

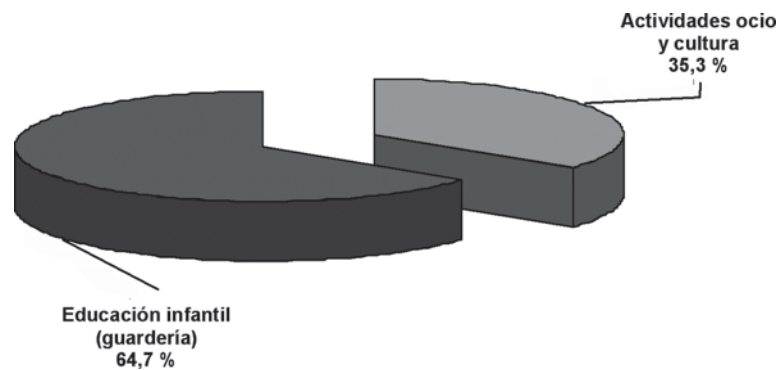
El perfil de las personas demandantes de estos servicios lo conforman una pluralidad de hogares familiares, desde el matrimonio joven, con más de la cuarta parte de las demandas y necesidades de que se atienda tanto a sus padres y madres mayores como a sus hijos e hijas pequeños/as hasta las parejas menos jóvenes y las mujeres casadas que tratan de incorporarse al mundo laboral, con una importante

Gráfico 4. Estimación de la importancia relativa en la oferta de servicios dirigida a la infancia



Fuente: Cuestionario a empresas de servicios a las personas en el Corredor Siderúrgico, 2005

Gráfico 5. Estimación de la importancia relativa de la demanda percibida de servicios dirigida a la infancia



Fuente: Cuestionario a empresas de servicios a las personas en el Corredor Siderúrgico, 2005

demanda de servicios a la tercera edad, en el primer caso, y de servicios a la infancia, en el segundo.

En cuanto al **perfil de las personas promotoras**, éstas tienen una edad media de 43 años, y un nivel de estudios mayoritariamente superior. El grado de feminización de algunos servicios como los centros de día, centros sociales, guarderías, ludotecas o animación sociocultural, en los que la proporción de mujeres es alta y está más acentuada que en los servicios residenciales.

Con respecto a sus estudios, existe una proporción muy superior de mujeres promotoras tanto por arriba como por abajo en la escala académica, y un cierto equilibrio en los niveles intermedios de ésta. **Las dificultades** reconocidas por estas personas **al poner en marcha la empresa están atravesadas por los roles de género**. Salvo en el caso de las dificultades financieras, que son comunes a ambos, el resto de los problemas se distribuyen, por decirlo sintéticamente, entre los de tipo instrumental, ante los que las mujeres tienen más dificultades, y los de tipo expresivo y relacional, más fáciles de superar por parte de las mujeres.

En lo referente a las **tendencias de crecimiento de las empresas de servicios a las personas**, hay que apuntar que las expectativas de éstas se basan no sólo en el previsible incremento de la demanda a corto plazo, sino también en la existencia de profesionales preparados/as para desempeñar los cometidos cada vez más especializados que se requieren. Algunas empresas ya cuentan con la perspectiva de ampliar y diversificar su oferta. Entre estos nuevos servicios destacan el de actividades extraescolares y de ocio para la infancia, comedores y catering, ampliación de la oferta de guarderías y escuelas infantiles y servicios más especializados para la tercera edad.

Ninguna de las empresas consultadas ha hecho previsiones de disminuir sus efectivos. Cerca de un 55% de ellas prevé mantener sus plantillas en el futuro próximo y más de un 30% está pensando en incrementar el número de trabajadoras/es. No obstante, las expectativas de crecimiento de las empresas son moderadas.

Conclusiones del análisis de la oferta:

- Las empresas que actúan en el “Corredor Siderúrgico” han incrementado su presencia en el territorio durante los últimos quince años. Esta evolución creciente ha ido dando respuesta a las demandas sociales de atención y cuidado a las personas dependientes y menores.
- A pesar de lo anterior, las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar siguen siendo una asignatura pendiente para la mayor parte de las empresas del territorio.
- No existe una completa adecuación entre la oferta y la demanda de servicios a personas mayores e infancia. En la atención a la tercera edad se perciben más necesidades y por tanto se reclama más oferta en atención residencial y asistencia a domicilio. En los servicios a la infancia, se siente la necesidad de ampliar la oferta de guarderías y escuelas infantiles.
- La oferta de servicios a las personas mayores y a la infancia puede desarrollarse más, pero debe tenerse en cuenta que la rentabilidad está condicionada por la intervención en el mismo espacio de la Administración y de la economía informal.
- Las personas promotoras de los servicios son en su mayoría mujeres. Las dificultades que encuentran al comienzo de su actividad son fundamentalmente financieras y de captación de clientela, aunque la importancia del con-

junto de estas dificultades se percibe de manera distinta por parte de los hombres y de las mujeres.

- Las expectativas del sector empresarial de los servicios en el “Corredor” son de un moderado crecimiento. Las empresas más consolidadas en el mercado apuestan por la diversificación de los servicios. El empleo en el sector ha crecido en los últimos tres años y la tendencia apunta hacia un mayor incremento de la contratación, pero las empresas exigirán una formación más cualificada a las personas aspirantes a trabajar en el sector, que seguirán siendo mayoritariamente mujeres.

4.2. Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda se basa en los resultados del estudio cualitativo de los grupos de discusión (clientela, empresas y particulares), representativos de la actividad en estudio.

En primer lugar, se aprecia una carencia de servicios personales en el territorio siderúrgico, de la que se quejan tanto las personas usuarias como los y las profesionales entrevistados. **Se puede hablar, por tanto, de una demanda latente de servicios personales, por el momento insatisfecha.**

Tal demanda presenta, sin embargo, una limitación capital: no parece existir una demanda solvente o, al menos, dispuesta a emplear recursos en determinados servicios. Antes de pagar por ellos, se recurre a todo tipo de alternativas: desde aquellos que ofrece la propia familia ampliada –padres y madres, hermanos y hermanas; vecindario, incluso- o la economía informal. Esto es: el gasto en servicios personales se realiza sólo como última solución, y más en una estructura social como es, en general, la del territorio siderúrgico: tradicional y conservadora, con una movilidad relativamente escasa, con amplios lazos familiares y vecinales, muy trabada y cohesionada, que permite muchas combinaciones alternativas a la contratación de servicios personales.

A pesar de ello, se detecta un cambio en la situación descrita: la creciente incorporación de las mujeres al mercado laboral, muy intensa durante los últimos diez años, especialmente entre las más jóvenes, así como una creciente, aunque todavía reducida, movilidad laboral, contribuye a crear un nicho para este tipo de empleos.

Aparece, además, una cuarta variable más: la creencia generalizada de que este tipo de servicios debe ser proporcionado por las Administraciones Públicas (el Estado) ya que:

a) Se consideran un derecho.

b) Se detecta una supuesta incapacidad de las economías familiares para soportar el coste de los servicios personales.

c) Se manifiesta lo que podríamos denominar el referente europeo, esto es, la creencia, casi mítica, pero nunca demostrada empíricamente por las personas participantes –especialmente usuarios/as- en una financiación casi ilimitada de este tipo de servicios “en Europa” (básicamente Bélgica y Alemania, referentes de sus familiares emigrados/as).

En resumen, **el escenario de demanda es dibujado por tres variables** fundamentales: **demanda escasa, latente**, aunque creciente, de servicios personales; **escasos recursos económicos** y disponibilidad para gastar en estos servicios y percepción de **las Administraciones como proveedoras de servicios personales**; lo cual condicionará inevitablemente las características de la oferta.

Por otra parte, **las condiciones de la demanda implican que, en gran medida, estas empresas ofrezcan sus servicios a través de las Administraciones** –que comparten el pago de servicio con los/as usuarios/as finales- como subcontratistas. Esta situación del mercado conlleva la necesidad de ofrecer ciertas garantías financieras para contratar que requieren cierto volumen de negocio y una importante consolidación.

Los servicios más demandados se centran en el mundo de las personas mayores más que en el de la infancia. Resulta evidente la necesidad de estructurar esos servicios a personas mayores para responder a un abanico de necesidades muy variado y no vinculado, necesariamente, a los cuidados del cuerpo sino simplemente a la calidad de vida.

No todas las personas se encuentran en una misma situación. **Es preciso distinguir entonces entre las características específicas de las situaciones de independencia, semidependencia y dependencia propiamente dicha.**

Las situaciones de independencia corresponden a todas aquellas personas que, presentando una buena situación de salud, y una independencia total, poseen sin embargo lagunas afectivas o relacionales: es el caso de la viudedad, que con la muerte de su cónyuge, pierden muchas vinculaciones y afrontan el problema de la soledad; de las personas prejubiladas, cuya vida, dependiente del trabajo, afronta un vacío. Ahí es donde se echa de menos una oferta de servicios mayor de la percibida: es el caso de lugares de encuentro, como talleres de todo tipo

–pintura y habilidades artísticas en general, gimnasia y ejercicios de mantenimiento, prevención de la salud, de lectura.....-. Se trata de un amplio abanico, orientado a grupos sociales que en realidad constituyen una clientela de gran interés: en general cuentan con recursos económicos, afrontan pocos gastos, disponen de tiempo y gozan de una buena salud.

Las situaciones de semidependencia, están marcadas en primer lugar por las semidependencias o dependencias de carácter temporal (incapacidad temporal), es decir, aquellas derivadas de enfermedades, accidentes, etc. que requieren una rehabilitación complementaria a la ofrecida por los servicios médicos utilizados por el/la paciente y, sobre todo, de asistencia personalizada en el domicilio para tareas como cocinar, limpiar o el aseo personal durante un breve lapso de tiempo –días o semanas-.

Por último, está el universo de los servicios para dependientes, sin dudas, el sector más maduro, concentrado sobre todo en las residencias para mayores y servicios muy específicos de atención domiciliaria continua, pero cuyo problema, más que de oferta –amplísima, siquiera por el sector privado- es de demanda solvente: el coste de atención a personas dependientes es inaccesible, aún, para amplias capas sociales.

El problema reside sobre todo en la financiación de servicios. Algunas empresas han aceptado el pago de los servicios geriátricos a cambio de la cesión de la vivienda de la persona residente. En otras ocasiones se requiere de la aportación económica familiar. Se proponen en este sentido medidas como el cheque familiar, etc. que no es misión de este informe valorar. Sí existe coincidencia en señalar que, en todo caso, la iniciativa privada –casi monopolista de este sector en el territorio siderúrgico- puede ofrecer un campo en este sector. La aplicación de la futura “Ley de Dependencia” puede tener algún efecto en este punto.

Al abordar la demanda relacionada con la infancia, se comprueba una diferencia clave con el mundo de las personas mayores: es, por lo común, y excepto en el caso de los y las más pequeños/as, sujeto de cuidado temporal (pasa mucho tiempo en el colegio, en el parque, etc.), no requiriendo del mismo tipo de atención que los ancianos.

Conclusiones del Análisis de la Demanda:

- Existen tres variables del escenario de la demanda perfectamente detectables en los

grupos de discusión: una demanda escasa, moderada y latente, aunque actualmente en crecimiento, de servicios personales; una escasa disponibilidad económica para gastar en dichos servicios y la percepción de las Administraciones Públicas como proveedoras de servicios personales.

- Se detecta un consenso general en señalar la demanda de servicios personales como desestructurada e inmadura, aún a la espera de una ley de dependencia y sin una regulación específica de servicios ni de capacitaciones y perfiles de puesto concretos.
- La incorporación creciente de la mujer al trabajo y el incremento de la movilidad personal repercute en menor tiempo disponible para el cuidado de la infancia y las personas mayores, lo cual deriva en una eclosión de los servicios de atención a estas personas.
- Las oportunidades de crecimiento del sector de servicios a las personas parecen venir más desde el mundo de las personas mayores que desde el universo de la infancia, debido a que el cuidado de los niños y niñas resulta en la práctica más fácilmente transferible a hermanos y hermanas mayores, amigos y familiares.
- Los servicios a las personas mayores deben estructurarse teniendo en cuenta el completo y variado abanico de necesidades, que incluye un amplio espectro, que va desde las personas en situaciones de independencia y semidependencia, hasta las que sufren situación de dependencia total. Cada una de estas situaciones requiere un perfil de atención concreto y específico.
- Por su parte, la demanda de cuidados para la infancia se centra en tres grandes epígrafes: el cuidado de los y las más pequeños/as, en edad de 0 a 3 años, en servicio de guardería y en horario laborable, cuya principal queja por parte de las personas participantes en los grupos de discusión reside en el elevado coste y en su insuficiencia actual; los servicios puntuales y esporádicos, tales como la organización de excursiones, actividades y fiestas; y el epígrafe de las actividades extraescolares, quizás el sector con mayor potencial de crecimiento.
- Otra necesidad detectada en los grupos de discusión ha sido la de servicios globales para formar a padres y madres en temas tales como la educación de sus hijos e hijas, la gestión eficaz del tiempo y el cuidado de las personas mayores.

5. Análisis DAFO

Sector dedicado a las Personas Mayores

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • - - Costes financieros. Altos costes de inicio de actividad. • - Valoración social de los servicios (prestación de los servicios poco valorados socialmente). • Necesidad de disponer de servicios complementarios y de una oferta diversificada. • - Tamaño medio de las empresas. • Falta infraestructuras. • Condiciones laborales (personal con disponibilidad horaria, eventualidad...). 	<ul style="list-style-type: none"> • ++ Crecimiento de la demanda por cambios culturales. • + Experiencia y cultura empresarial. • ++ Profesionalización del personal. • Organización y gestión de los servicios.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • + + Aumento de los hogares en los que trabajan los dos miembros de la pareja. • + + Cambios demográficos (envejecimiento de la población). • + + Creciente externalización de tareas y servicios cubiertos tradicionalmente en el entorno familiar. • + + Creciente incorporación de la mujer al mercado laboral. • + Valoración de la salud (tratamientos terapéuticos, cuidado del cuerpo, talleres que fomentan la salud de las personas mayores, etc.). • + Valoración ocio y tiempo libre (nuevas demandas de la Tercera Edad en cuanto a ocio y actividades a desarrollar). 	<ul style="list-style-type: none"> • + + Competencia de empresas mucho más grandes. • + + Economía sumergida, tanto la vinculada a la inmigración como la que no, y que cubre alguna de las actividades relacionadas con la Tercera Edad.

**Sector dedicado a la infancia**

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • - - Costes financieros. Altos costes de inicio de actividad. • - Condiciones laborales (personal con disponibilidad horaria, eventualidad, etc.). • - - Oferta de servicios. • - Dependencia de la Administración Pública. 	<ul style="list-style-type: none"> + Experiencia y cultura empresarial. + + Profesionalización y juventud del personal. + + Cobertura horaria. + Innovación en el aprendizaje y en el ocio infantil.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • + + Creciente incorporación de la mujer al mercado laboral. • + + Aumento de los hogares en los que trabajan los dos miembros de la pareja. • + Creciente externalización de la actividad, cubierta tradicionalmente en el entorno familiar. • + + Necesidad de cubrir horarios no lectivos y periodos vacacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación LOGSE 0-3. • Intervención de la Administración Pública. • - - Cambios demográficos (disminución la natalidad).

Sector de servicio de atención a domicilio y realización de actividades para mayores e infancia

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • - - Costes financieros. • Necesidad de disponer de servicios complementarios y de una oferta diversificada. • Condiciones laborales (personal con disponibilidad horaria, eventualidad, etc.). • - - Desconocimiento de la sociedad de sus servicios. • Dependencia económica de los servicios que presta a la Administración. 	<ul style="list-style-type: none"> • + + Profesionalización del personal. • Crecimiento de la demanda por cambios culturales (oferta de servicios en creciente expansión). • + + Cobertura horaria. • + + Variedad de los servicios que ofrecen.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • + + Creciente incorporación de la mujer al mercado laboral. • + + Aumento de los hogares en los que trabajan los dos miembros de la pareja. • + + En la Tercera Edad tendencia a permanecer en el hogar frente a otras fórmulas (residencias). • Valoración del ocio y de la salud. • + + Nuevas demandas de ocio y cultura para menores y mayores. • + Innovación en las actividades y servicios a prestar. 	<ul style="list-style-type: none"> • +Competencia de empresas mucho más grandes. • Intrusismo profesional. • + + Economía sumergida, sobre todo la vinculada a la inmigración, que realiza los servicios de una forma más precaria.

6. Conclusiones

6.1. Generales y/o Comunes

- El cambio demográfico de baja tasa de natalidad y prolongación de la vida deriva en un “envejecimiento de la población”. Este cambio unido a las transformaciones sociales y culturales como la incorporación creciente de la mujer al trabajo y el incremento de la movilidad personal repercute en menor tiempo disponible para el cuidado de la infancia y las personas mayores, lo cual deriva en una eclosión de los servicios de atención a estas personas.
- No existe una completa adecuación entre la oferta y la demanda de servicios a personas mayores e infancia. En la atención a la tercera edad se perciben más necesidades y por tanto se reclama más oferta en atención residencial y asistencia a domicilio. En los servicios a la infancia se siente la necesidad de ampliar la oferta de guarderías y escuelas infantiles.
- La feminización del sector es abrumadora, la mayoría del empleo es femenino. Las personas promotoras de los servicios son en su mayoría mujeres.
- Las dificultades que encuentran las personas emprendedoras al comienzo de su actividad son fundamentalmente financieras y de captación de clientela, aunque la importancia del conjunto de estas dificultades se percibe de manera distinta por parte de los hombres y de las mujeres. Una vez consolidada en la actividad, un mayor perfeccionamiento en la gestión de la empresa pasa a ser la principal dificultad.
- Se detecta un consenso general en señalar la demanda de servicios personales como desestructurada e inmadura, aún a la espera del desarrollo y aplicación práctica de una ley de dependencia en ciernes y sin una regulación específica de servicios ni de capacitaciones y perfiles de puestos concretos. Las tasas de cobertura en recursos disponibles tanto para la infancia como para las personas mayores es insuficiente.
- Las expectativas del sector empresarial de los servicios en el “Corredor” son de un moderado crecimiento. Las empresas más consolidadas en el mercado apuestan por la diversificación de los servicios. El empleo en el sector ha crecido en los últimos tres años y la tendencia apunta hacia un mayor incremento de la contratación, pero las empresas exigirán una formación más cualificada a las personas aspirantes a trabajar en el sector, que seguirán siendo mayoritariamente mujeres.

- La oferta de servicios a las personas mayores y a la infancia puede desarrollarse más, pero debe tenerse en cuenta que la rentabilidad está condicionada por la intervención en el mismo espacio de la Administración y de la economía informal.
- En este sentido la necesidad de contratar determinados servicios con las Administraciones, en especial para la infancia o para mayores dependientes, implica la necesidad de crear empresas fuertes que den garantías, en cierto modo, de limitar la entrada.
- Se dibujan tres variables del escenario de la demanda perfectamente detectables en los grupos de discusión: una demanda escasa, aunque actualmente en crecimiento, de servicios personales; una escasa disponibilidad económica para gastar en dichos servicios y la percepción de las Administraciones Públicas como proveedoras de servicios personales.

6.2. Infancia

- Las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar siguen siendo una asignatura pendiente para la mayor parte de las empresas del territorio.
- No existe una completa adecuación entre la oferta y la demanda de servicios a la infancia. En los servicios a la infancia se siente la necesidad de ampliar la oferta de guarderías y escuelas infantiles.
- Nos encontramos ante un sector muy inmaduro, sobre todo el dedicado a la infancia, donde la mayoría de las empresas dedicadas a dar servicio para menores son unipersonales. También se puede observar en la antigüedad de las mismas. Mientras que las que se dedican a la Tercera Edad forman, en su mayoría, sociedades.
- Las personas promotoras de los servicios son en su mayoría mujeres.
- Por su parte, la demanda de cuidados para la infancia se centra en tres grandes epígrafes: el cuidado de los y las más pequeños/as, en edad de 0 a 3 años, en servicio de guardería y en horario laborable, cuya principal queja por parte de las personas participantes en los grupos de discusión reside en el elevado coste y en su insuficiencia actual; los servicios puntuales y esporádicos, tales como la organización de excursiones, actividades y fiestas; y el epígrafe de las actividades extraescolares, es quizás el sector con mayor potencial de crecimiento.
- La demanda menos solvente y la menor posibilidad de recurrir a personas de confianza hacen que el sector de la infancia sea más dependiente de la Administración Pública a través de ayudas y subvenciones.



- Otra necesidad detectada ha sido la de servicios globales para formar a padres y madres en temas tales como la educación de sus hijos e hijas, la gestión eficaz del tiempo y el cuidado de las personas mayores.

6.3. Personas Mayores

- Las empresas que actúan en el “Corredor Siderúrgico” han ido incrementando su presencia en el territorio durante los últimos quince años. Esta evolución creciente ha ido dando respuesta a las demandas sociales de atención y cuidado a las personas dependientes y menores. Y ello por razones de hondo calado sociológico y demográfico, que han actuado además de forma conjunta para crear un paisaje social transformado. Por un lado, la incorporación de muchas mujeres, sobre todo las jóvenes, a una actividad remunerada fuera del hogar en igualdad de condiciones con los hombres; por el otro, el paulatino envejecimiento de la población y el aumento de la esperanza de vida, propiciando que el techo vital se eleve por encima de los 80 años para muchas personas, sobre todo mujeres. Las empresas del sector han ido respondiendo a estas necesidades desplegando una oferta de servicios cada vez más variada y compleja.
- No existe una completa adecuación entre la oferta y la demanda de servicios a personas mayores. En la atención a la tercera edad se perciben más necesidades y por tanto se reclama más oferta en atención residencial y asistencia a domicilio.
- En cuanto a la demanda, mientras que el número de personas mayores se ha duplicado en los últimos años, el grupo de los/as menores de 14 años ha reducido notablemente su tamaño. Desde esta perspectiva consideramos que las mayores oportunidades de creación de empleo está en el sector dedicado a las personas más maduras.
- Los servicios a las personas mayores deben estructurarse teniendo en cuenta el completo y variado abanico de necesidades, que incluye un amplio espectro, que va desde las personas en situaciones de independencia y semidependencia, hasta las que sufren situación de dependencia total. Cada una de estas situaciones requiere un perfil de atención concreto y específico.
- El sector de las personas mayores tiene una amplia gama de servicios no cubiertos para un grupo que en su mayoría dispone de tiempo y recursos económicos para acceder a ellos. Actividades para personas válidas o semiválidas, así

como para personas dependientes temporales son, a nuestro entender, un nicho que explotar.

- En este sentido la necesidad de contratar determinados servicios con las Administraciones, en especial para la infancia o para mayores dependientes, implica la necesidad de crear empresas fuertes que den garantías, en cierto modo, de limitar la entrada.
- Las empresas que se dedican a la Tercera Edad forman, en su mayoría, sociedades. Y su “barrera de entrada”, en términos económicos, suele estar por encima de las empresas que se dedican a la infancia.

7. Recomendaciones

- El sector de servicios personales y en especial la creación de empresas que operen en este mercado en el territorio del Corredor Siderúrgico encontrarán las mayores oportunidades iniciales en los subsectores de **Residencias** para personas mayores, **Servicios de Ayuda a Domicilio** para personas mayores y menores, y en los **Centros de educación infantil de 0 a 3 años con horario y calendario facilitador de la conciliación** de la vida laboral y familiar.
- Si bien no es requisito indispensable los estudios universitarios, es recomendable poseer alguna **formación que vaya más allá de lo profesional**. En este sentido la puesta en marcha de cursos para personas emprendedoras sobre **gestión empresarial** específica del sector sería recomendable.
- Se recomienda también facilitar el acceso de las personas emprendedoras, a **créditos o líneas de financiación** que faciliten la puesta en marcha de la actividad y que faciliten la solvencia ante crisis de tesorería.
- En el caso de determinadas empresas que necesitan la contratación con la Administración Pública se hace ineludible la **creación de empresas con un tamaño crítico** que permita ofrecer garantías suficientes.
- Tanto infancia como personas mayores **son sectores económicos** fortísimamente **feminizados** lo que constituye una posición de partida favorable para la promoción del empleo y autoempleo de las mujeres. Hay que mencionar, no obstante, que en los casos donde la inversión financiera es mayor la presencia de las mujeres es menor como promotoras de empresas, un espacio más para la mejora en las políticas de igualdad.



Infancia

- Dada la baja tasa de cobertura de los servicios a la infancia la carencia principal se centra en los **Centros Infantiles de 0 a 3 años**. En este caso se debe estar muy atento a que la demanda de servicios privados pagados directamente por el usuario es pequeña y se convierte en determinante el público destino de los servicios por ubicación, renta y percepción valorativa.
- **Compatibilidad de horarios**. La clave en el momento actual es ofrecer servicios que compatibilicen con los horarios y calendarios laborales de los progenitores o cuidadores.
- Los **Servicios de Ayuda a Domicilio** dirigidos a la infancia en situación de dependencia cubrirían un importante déficit de servicios que pueden surgir de forma esporádica o permanente, como necesidad de ausencia por horarios laborales extraordinarios, enfermedades, etc.
- **Las actividades extraescolares** constituyen otro subsector que, no teniendo la demanda mayor, también será necesario desarrollar preferentemente de forma acompasada entre el sector público y el privado.
- Los servicios que en estos momentos las empresas públicas o privadas están solicitando a proveedores externos (outsourcing o **externalización**) se están cubriendo, como no podía ser de otro modo. Sin embargo el crecimiento que puede experimentar la demanda obliga a estar atento a las nuevas oportunidades de negocio aprovechando **ventajas comparativas en plazo, cercanía, precio, calidad o personalización**.

Personas Mayores

- **Residencias** para personas mayores. Se trata de la mayor necesidad no satisfecha. Requiere una considerable inversión y atención permanente a la evolución del Sistema Nacional de Dependencia, que, en general, favorecerá al sector (dado el gran número de personas que entraron y entrarán en esos grupos de edad). Estas “barreras de entrada” han de afrontarse con una adecuada planificación financiera, de mercado, etc.
- **Servicios de Ayuda a Domicilio (SAD)** para personas mayores es el segundo gran nicho de empleo y autoempleo dada la disparidad entre la demanda y la oferta actual.
- Es imprescindible segmentar los colectivos destinatarios entre **independientes, semidependientes y dependientes**.
- Para el colectivo de **independientes** es necesario el desarrollo de iniciativas públicas, privadas o mixtas que ofrezcan lugares de encuentro, ocio, viajes, etc. El abanico de servicios demandados es muy amplio y ninguno necesita de una fuerte inversión inicial.
- Dentro del colectivo de **semidependientes** nos encontramos con un espacio para explorar desde el punto de vista de la prestación de servicios. Multitud de tareas del hogar y de cuidados personales o de ayuda en gestiones, que no están siendo cubiertas de manera formal y exhaustiva por el SAD, abren una perspectiva positiva para la implantación de empresas que presten estos servicios. El desarrollo del Sistema Nacional de Dependencia modulará el impacto de lo que hoy por hoy parece ser un espacio de empleo.
- El subsector más maduro es el de las personas mayores **dependientes**. Existe una inadecuación entre la oferta (escasa) y la demanda (creciente) y requiere una alta inversión. Las posibilidades de autoempleo se reducen pero aumentan las del negocio de la prestación de servicios auxiliares a las empresas o entes que se ocupen de personas mayores con dependencia.





Sector Audiovisual
corredor siderúrgico



1.	Objetivos del estudio	67
2.	Fuentes de información	67
3.	Introducción al sector audiovisual	67
4.	Trabajo de campo	71
5.	Análisis DAFO	72
6.	Conclusiones	76
7.	Oportunidades basadas en las necesidades del mercado no cubiertas	78
8.	Recomendaciones	82





1. Objetivos del estudio

El **Estudio Diagnóstico y Potencialidad del sector empresarial audiovisual** se presenta, junto con otros 5 estudios más para otros tantos sectores económicos, como la primera actuación que se desarrolla dentro del proyecto CIUDADES DEL ACERO: ESPACIO EMPRENDEDOR de la Iniciativa Comunitaria EQUAL.

Su objetivo no es otro que el de alcanzar un **conocimiento detallado del sector audiovisual regional en aspectos que van desde la propia configuración empresarial del sector, hasta la potencialidad que éste presenta tanto para crear empresa como puestos de trabajo.**

Y, atendiendo a dicho objetivo, se presenta a continuación de forma sintetizada las principales conclusiones a las que se ha llegado tras la realización del estudio.

2. Fuentes de información

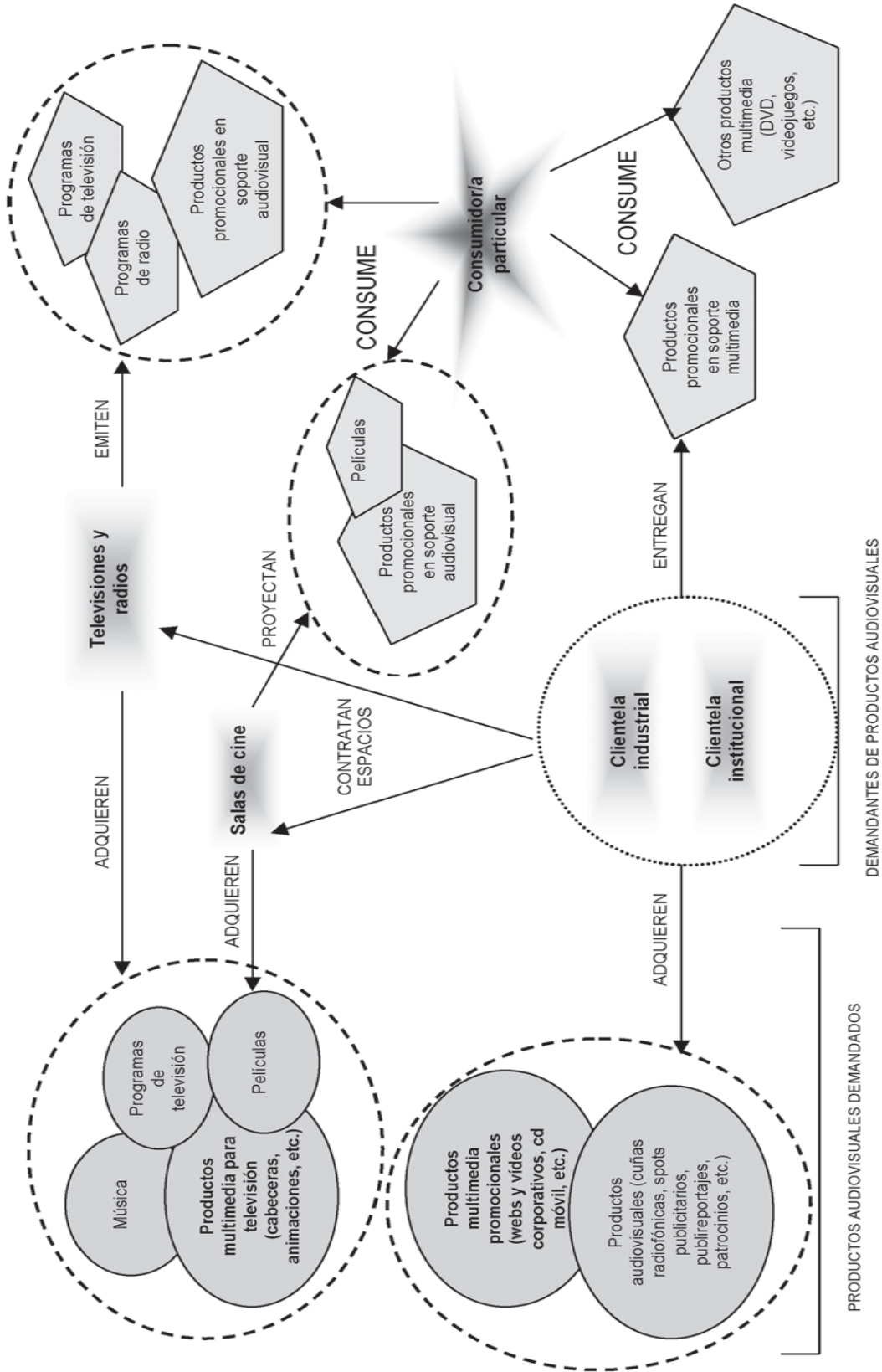
Fueron **cuatro** las principales fuentes de información con las que se trabajó para la realización del estudio: 1. La primera fue la **bibliográfica** que, aunque escasa y segmentada fue de ayuda para llegar a alcanzar un conocimiento básico acerca de qué agentes intervienen en el sector. 2. Las **entrevistas** realizadas a 79 empresas audiovisuales de la región y a las relacionadas de alguna manera con el sector y la **mesa redonda** organizada con una muestra de 7 de ellas fueron una fuente importante de obtención no solo de datos, sino también de opiniones que fueron la base para la elaboración del DAFO y la redacción de las conclusiones. 3. La tercera fuente de información fue-

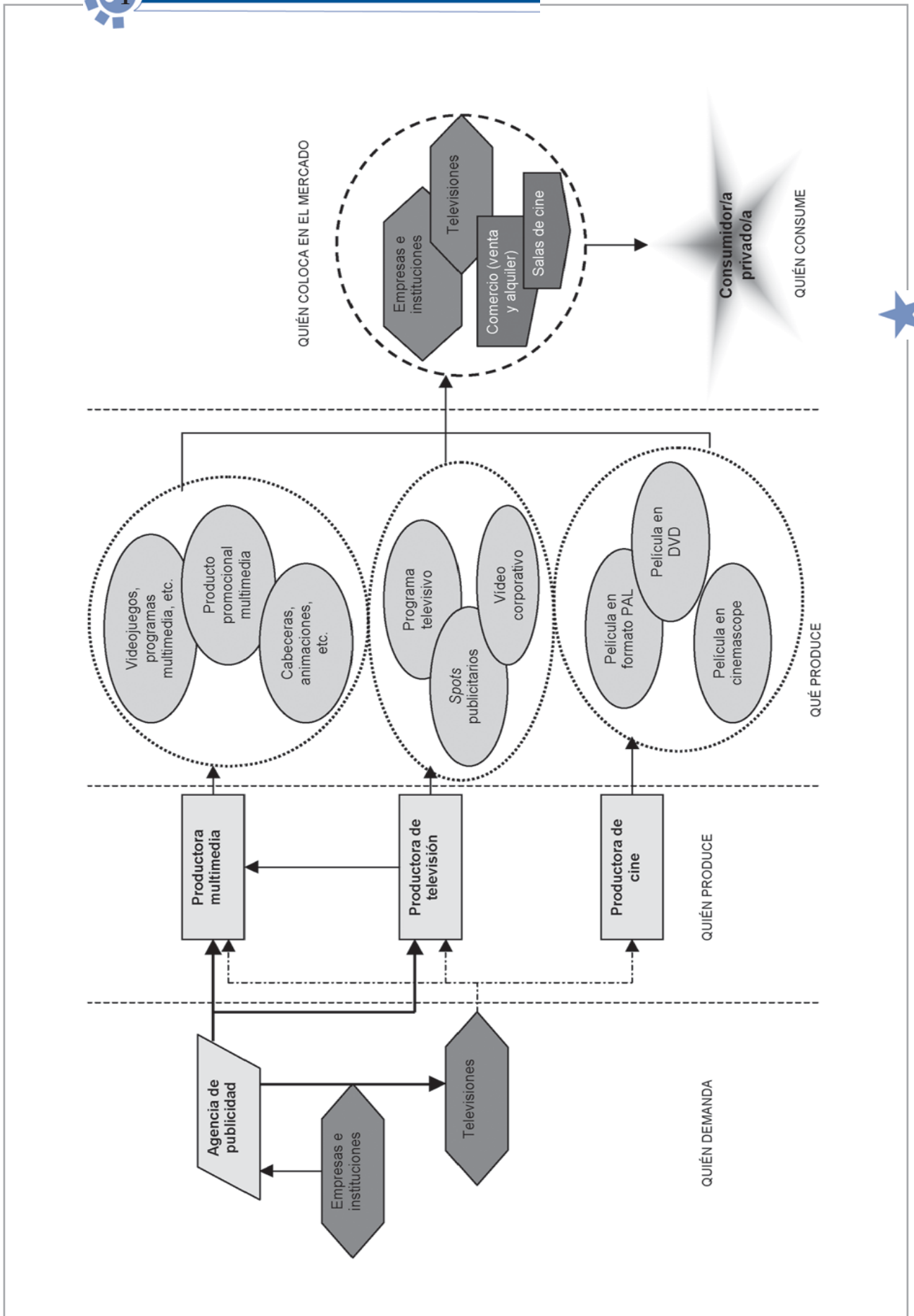
ron las entrevistas en profundidad con 12 personas asturianas y gallegas que, por su relación con los medios audiovisuales ya sea de forma profesional o académica, fueron seleccionadas como **expertas** y que presentaron opiniones nuevas e información que sirvió para contrastar los resultados que se iban obteniendo en el sondeo a las empresas del sector. 4. La última fuente de información, la **observación directa**, puede considerarse como informal, pero no por ello es menos importante, y consistió en la lectura de prensa, revisión de los créditos de películas, de series de televisión, etc., participación en los “encuentros” del Festival Internacional de Cine de Gijón, conversaciones espontáneas del entorno social de las personas que han trabajado en la redacción de este informe, etc.

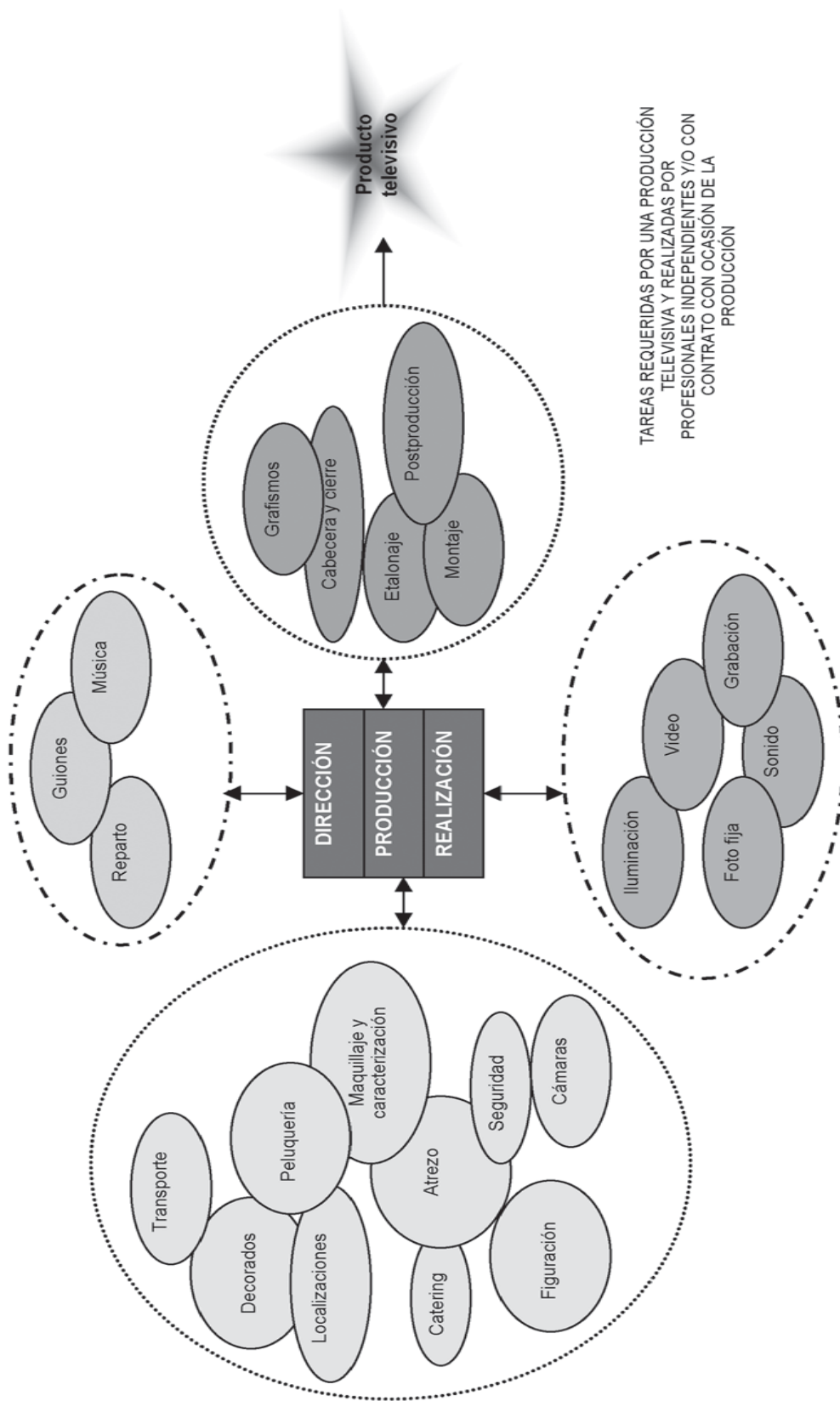
3. Introducción al sector audiovisual

El sector audiovisual se define como el formado por empresas que realizan **actividades de creación, distribución, exhibición o difusión de productos cinematográficos, televisivos, radiofónicos, videográficos y/o multimedia, esto es, productos de sonido e imagen en movimiento.**

Son muchos los agentes (empresas, medios y profesionales) que intervienen en este sector y la interacción entre ellos es, en ocasiones, compleja de entender. Para facilitar dicha comprensión se presentan a continuación unos esquemas en los que se representan las relaciones entre la oferta y la demanda que configura el sector, así como ejemplos del tipo de profesionales que participan en una producción televisiva:







TAREAS REQUERIDAS POR UNA PRODUCCIÓN TELEVISIVA Y REALIZADAS POR PROFESIONALES INDEPENDIENTES Y/O CON CONTRATO CON OCASIÓN DE LA PRODUCCIÓN



4. Trabajo de campo

El trabajo de campo propiamente dicho, esto es, el sondeo a las empresas del sector de la región, tuvo las siguientes características: el universo poblacional estimado fue de 416 empresas, de 152 de ellas se tenía la certeza de que eran parte o participaban del sector audiovisual que pasaron a formar la base poblacional reducida y la muestra quedó configurada por 79 empresas que supusieron un error muestral de 1 4,36 (para un nivel de confianza del 95%).

Los **resultados** más destacables del trabajo de campo realizado pueden resumirse en las conclusiones que se presentan a continuación, conclusiones siempre referidas a la muestra que, si bien no pueden extrapolarse al universo, sí son un indicio para observar tendencias del mismo:

- La muestra quedó compuesta por **productoras de cine y televisión, productoras de multimedia y animación 3D, agencias de publicidad, empresas de alquiler de equipos audiovisuales y OPC (Organización Profesional de Congresos)**.
- En cuanto a los **datos generales** de las empresas, el 70% son sociedades limitadas, el 49% facturó menos de 300.000 euros en el año 2004, se localizan principalmente en el triángulo Avilés-Gijón-Oviedo y tienen plantillas a jornada completa formadas por un 60% de hombres y el restante 40% por mujeres. La gerencia está liderada mayoritariamente por hombres, en el 79% de los casos.
- Del lado de la **demanda**, las empresas de la muestra atienden a una clientela que es consumidora final del producto o servicio audiovisual, tanto pública como privada, de cualquier sector económico y de todos los tamaños. Entre los productos más demandados a las productoras de cine y televisión están los vídeos y la publicidad. A las productoras multimedia se les demanda sobre todo diseños web y gráficos, aunque también tienen contratos de infografía, postproducción, vídeo y animación 3D más relacionados con el sector audiovisual. El servicio estrella de las agencias de publicidad es la gestión de medios y las empresas de alquiler de equipos y de organización de eventos están fuertemente especializadas en sus áreas de actividad.
- La **oferta** de productos y servicios que reciben las empresas de la muestra tiene sus carencias. Por un lado están los servicios de iluminación, alquiler de equipos, de fabricación de stands, la disponibilidad de estudios de sonido y doblaje, etc. que o no se encuentran en el mercado regional o éstos no son competitivos y, por otro lado, faltan profesionales como locutores o locutoras, intérpretes, actores o actrices de doblaje y programadores o programadoras, principalmente.
- En cuanto a las **previsiones de contratación de personal**, el 56% de las empresas manifestaron necesitar ampliar plantilla con profesionales, preferiblemente con experiencia, resultándoles indiferente el sexo. El tipo de contrato que les ofrecen es indefinido.
- La **formación** es un importante caballo de batalla para el sector. En primer lugar se observó mucho desconocimiento sobre esta variable y, a pesar de existir una mala opinión acerca de la misma, pocas empresas propusieron materias sobre las que desean se impartan cursos. Entre éstas, se nombraron las de escritura de guiones, iluminación, manejo de cámaras digitales y de software de audio, diseño, DVD, etc.
- En materia de **conciliación de la vida laboral y personal de las personas trabajadoras**, el audiovisual es un sector difícil en el que implantar medidas importantes dadas las características de muchos de sus productos –la actualidad y la importancia de llegar en primer lugar a la noticia, las retransmisiones en directo, los plazos de entrega, etc.–, aunque por otro lado, su vinculación con las nuevas tecnologías lo hacen propicio para poner en práctica medidas como el teletrabajo.

5. Análisis DAFO

Productoras de cine y televisión

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No existe un mercado real que genere necesidades que rentabilicen inversiones • Los materiales tienen un alto coste y están en continuo avance técnico • Faltan medios logísticos: platós de más de 500 m² (ideal son 1000 m²) • Faltan medios de iluminación como parrillas de luz, generadores de 100.000 vatios, palios¹, filtros, telas, pinzas, etc. • Necesidad de medios técnicos como wescam (cámara de helicóptero), cabezas calientes (cámara de 360° de giro), ópticas, decorados, grúas, etc. • El personal que trabaja en este momento en el sector no posee práctica en la realización de grandes producciones • Se prefiere contratar profesionales fuera de la región, valorando que poseen mayor preparación 	<ul style="list-style-type: none"> • Se conoce como funciona el sector y ya se ha trabajado para televisiones nacionales • El coste de trabajo es algo inferior a otras regiones • Conocimiento de la tecnología de alta definición (HD) • El actual apoyo desde la UE al medio audiovisual • Se comienza a crecer de la mano de la nueva TDT • El conocimiento de la idiosincrasia autóctona y del entorno geográfico • La orografía regional, que sirve de incomparable plató natural para grandes producciones
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Llegada de las grandes productoras nacionales al mercado asturiano a la llamada de la televisión autonómica • La falta de confianza en el sector regional • Que se encasille la producción y programación en unos mínimos de calidad • La posibilidad de que la financiación prevista sea escasa o no esté gestionada correctamente • Excesiva saturación del mercado ante las expectativas creadas • La actual tendencia indica un aumento del consumo de Internet en detrimento del resto de tecnologías • La inseguridad jurídica que plantea la actual legislación de la propiedad intelectual 	<ul style="list-style-type: none"> • Tanto la televisión autonómica como la TDT supondrá un aumento considerable de número de canales nuevos para los que hay que dar contenidos televisivos bajo las fórmulas que ya están funcionando o bajo otras nuevas, por lo que se está brindando una gran oportunidad para las productoras con un alto grado de creatividad • Desarrollo de la producción en HD • Demanda potencial de profesionales de la iluminación, electricidad, dirección de fotografía, de ayuda y asistencia a la producción, elaboración de reportajes, operadores/as de máquina, regidores/as, personal técnico externo, etc. • Necesidad de centros de formación especializados y de personal capacitado para impartir la formación • Se creará un mercado real que generará una mayor producción • La potenciación de actividades por parte de la Asociación de Productores que haga de Asturias un plató y del sector un centro referente • Necesidad de una distribuidora que facilite la salida de las producciones regionales

¹ Palio: Especie de dosel translúcido y tenso colocado sobre cuatro o más varas largas para suavizar la luz de los focos.

**Productoras de multimedia y animación 3D**

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de las posibilidades reales de creación y servicio que ofrece un subsector como éste• Falta de un mayor número de profesionales de alto nivel en Asturias• Necesidad de actualizar los programas de trabajo de forma continuada, al mismo tiempo que avanza el mundo informático• Necesidad de formación continua para el reciclaje-actualización y mantener la competitividad• La formación del nuevo personal en infografía es de carácter muy básico y se necesitan muchas horas de aprendizaje• El intrusismo existente devalúa los precios y el prestigio• La primera opción de los y las profesionales de la región es buscar salidas fuera de la misma	<ul style="list-style-type: none">• Existen profesionales en la región con alta cualificación, tanto para producir como para formar• Se tienen ideas claras de creación y diseño• Los y las profesionales existentes cuentan con experiencia de trabajo a alto nivel• El personal se implica en un alto grado siempre que su trabajo sea valorado en su justa medida• Los y las profesionales gozan de muy buena consideración fuera de la región• El desarrollo en la región de las telecomunicaciones facilita el trabajo a nivel mundial
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• La emigración de profesionales de prestigio de la región ante la falta de reconocimiento y confianza• La entrada de personas de otras comunidades ante el abandono del personal de la región• Los mercados audiovisuales ya creados y más estructurados• La inversión en capital humano no asturiano• La competencia desleal por parte de los grandes estudios de imagen 3D de nivel nacional	<ul style="list-style-type: none">• Creación de oportunidades de negocio y de nuevas infraestructuras• Necesidad de profesionales de la dirección, elaboración de guiones, ilustración, animación, personal técnico, <i>layouts</i>², documentalistas, etc.• Los y las profesionales del doblaje de ficción verán incrementadas sus posibilidades laborales• El alto grado de implantación de las TIC en la región puede potenciar la formación• La aparición de una mayor demanda de contenidos

² Layout: DIAGNÓSTICO Y POTENCIALIDAD DEL SECTOR AUDIOVISUAL



Agencias de publicidad

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Numerosa competencia sectorial • Dependencia de los planes de marketing de su clientela o de los presupuestos asignados • Faltan agentes de cuentas que hagan una buena labor comercial • La negociación directa entre empresas y medios • No se ven los resultados de su trabajo a corto plazo • Dependencia total de los creativos y las creativas 	<ul style="list-style-type: none"> • La clientela, a la que se ofrece un servicio integral, está fidelizada • Generan ingresos importantes a empresas paralelas (productoras, empresas de diseño, etc.) • La amplia cantidad de servicios que ofrecen • Las empresas buscan poner sus anuncios en los medios y una agencia es el sistema más eficaz • Generan beneficios económicos a las empresas clientes • No dependen de clientela puntual sino que tienen grandes carteras
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Excesiva atomización del sector • La masiva aparición de espacios publicitarios generará la llegada de nuevas empresas competidoras • El conocimiento que las empresas adquieren de los medios y con ello la independencia respecto de las agencias de publicidad • Fugas de profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Al igual que la ampliación del mercado generará competencia creará nuevas oportunidades de negocio • Los y las agentes de cuentas tendrán más oportunidades comerciales • Profesionales con cada vez mejor formación • Los continuos cambios en los mercados favorecen la implantación de nuevas actuaciones • Los nuevos canales de distribución fomentan la aparición de nuevas vías publicitarias

Organización profesional de congresos (OPC)

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de una Federación de OPC regional. Actualmente las empresas se adscriben a la de Madrid • Necesidad de control de las empresas que se dedican a la organización de congresos sin ser propiamente OPC, sobre todo agencias de publicidad • Falta de profesionales de traducción simultánea • Falta de conocimiento por parte de la clientela de los servicios y de las facilidades que ofrecen 	<ul style="list-style-type: none"> • Buena oferta hotelera • Medios físicos adecuados, auditorio, palacio de congresos, teatros, puertos, centros de arte, etc. • Buena colaboración entre OPC a nivel nacional y las empresas regionales • Profesionales con excelente cualificación • Empresas de <i>catering</i> de alto nivel • Gusto por el cuidado de la imagen pública que tienen las empresas
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Empresas no incluidas dentro de la organización de OPC que realizan los mismos servicios • Intrusismo de particulares que de forma independiente realizan las gestiones de un OPC • No poder dar solución a eventos puntuales de mayores exigencias organizativas por carecer de recursos 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de negocios vinculados al sector hasta ahora no existentes como el alquiler de mobiliario social (perchas, mesas o sillas) • Realizar la gestión de la vida social de las personas y personalidades asistentes a los diferentes espacios, ya sean televisivos o culturales • Formación y disposición de auxiliares de movilidad que acompañen a personas o grupos en su estancia • La Radio Televisión del Principado de Asturias y la creación de nuevos centros de congresos potenciará el número de eventos a celebrar en la región

**Alquiler de equipos audiovisuales**

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">• Desconocimiento de las necesidades técnicas del sector del cine y la televisión.• Falta de infraestructura empresarial para llevar a cabo grandes eventos.• A pesar de contar con medios y equipos digitales falta una mayor introducción de los mismos en el mercado.• No hay práctica en el montaje de grandes escenarios de televisión.• Faltan medios de transporte de material adecuados por la fragilidad del mismo.• La continua evolución de la tecnología provoca una elevada obsolescencia de los equipos de alquiler.• Las empresas del sector no se consideran suficientemente integradas dentro del proyecto audiovisual.	<ul style="list-style-type: none">• Buena calidad de servicio y buena percepción del mismo por parte de la clientela.• Actualización de tecnología digital ya en marcha, algunas empresas disponen de medios digitales básicos.• Profesionales competentes. Aunque les falta práctica al salir del periodo de formación, demuestran tener una gran capacidad de aprendizaje.• Costes ligeramente inferiores a la media del mercado nacional.• Apuesta por la cooperación.• La industria del cine y la TV empezaría de cero, lo que facilita la adaptación a las necesidades que vayan surgiendo.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Empresas competidoras de otros lugares con más experiencia en el mundo del cine y la televisión.• Un cambio muy rápido en las necesidades de la clientela que no permita una cómoda adaptación y gestión del material ya existente.• El autoabastecimiento de las productoras del material necesario.• El abaratamiento de los equipos y la adquisición de los mismos en propiedad por parte de las instituciones.• La falta de personal especializado en labores de montaje y transporte que no permita responder a las demandas surgidas.	<ul style="list-style-type: none">• El alquiler de medios audiovisuales necesarios en el cine o la televisión suponen una nueva parcela de negocio.• El alquiler de material técnico a partir del apagón analógico representa un nicho de mercado claro para crear nuevas empresas que se verá potenciado, además, con la TV autonómica.• Igualmente la creación de empresas de medios de transporte de material frágil representa otro nicho de mercado.• Incremento del número de eventos deportivos, culturales, políticos y sociales retransmitidos por televisión y radio.• El empresariado de la región busca darse a conocer al público en general y solicita, de forma más habitual y constante, sus servicios.

6. Conclusiones

En la configuración actual de la red empresarial asturiana, según este estudio, las **productoras de audiovisuales** –de cine y televisión y multimedia– serían el centro neurálgico de la misma estando el resto de empresas –agencias de publicidad, de alquiler de medios audiovisuales y de organización de eventos– actuando en el sector de forma satélite.

Dada esta configuración del sector, parece lógico que las conclusiones al estudio se agrupen por subsectores y, para cada uno de éstos, se ha optado por presentar una ficha de diagnóstico de situación:

PRODUCTORAS DE CINE Y TELEVISIÓN

Productos y servicios que ofrecen

Generan sonido e imágenes reales en movimiento

Cientela principal

- Agencias de publicidad
- Empresa privada (mediana o grande)
- Organismos públicos
- Televisiones

Necesidades técnicas no cubiertas

Iluminación, sonido, electricidad y localizaciones

Necesidades de RR.HH.

Personal de sonido, electricidad, iluminación, redacción, doblaje, documentación, así como guionistas, cámaras, maquinistas, actores, actrices, etalonadores/as, auxiliares, etc.

Dificultad de actuación

- Se necesita formación muy práctica
- Necesita una fuerte inversión
- Se manejan equipos muy técnicos
- Requiere a las plantillas disponibilidad horaria y geográfica

Las **productoras de cine y televisión** utilizan para sus creaciones imágenes reales obtenidas mediante la grabación del entorno humano, social y cultural. Los y las profesionales con más experiencia en el sector son personas con una formación autodidacta o adquirida fuera de la región que, a base de mucho esfuerzo, han ido aprendiendo el oficio. La dinámica de trabajo empresarial es autónoma aunque el vínculo entre las diferentes productoras es notable intercambiando materiales, en ocasiones incluso los/as profesionales colaboran en las producciones.

La situación del mercado es buena aunque está realmente poco desarrollado, es decir, la

actual demanda no genera un alto volumen de facturación ni de exigencias cualitativas, pero sí permite que las empresas se mantengan activas.

Por otra parte, la ausencia de proyectos económicamente significativos conlleva una falta de inversión en materiales específicos que, por no ser rentable adquirirlos para producciones puntuales, se han de subcontratar fuera del Principado de Asturias. Iluminación, grúas o *travellings*³, entre otros, son algunos de los servicios más solicitados por las productoras.

La principal clientela de este tipo de empresas son organismos públicos, empresas de cierto tamaño y las televisiones de carácter nacional.

La *televisión autonómica* puede significar un importante espaldarazo sectorial, siempre y cuando la producción de series, programas, documentales, anuncios, etc., se realice dentro de la región, al menos a medio plazo mientras se le da al medio audiovisual tiempo a crecer y desarrollarse.

PRODUCTORAS DE MULTIMEDIA DE ANIMACIÓN 3D

Productos y servicios que ofrecen

Generan sonido e imágenes de ficción en movimiento

Cientela principal

- Agencias de publicidad
- Empresa privada (mediana o grande)
- Organismos públicos
- Televisiones
- Productoras de cine y televisión

Necesidades técnicas no cubiertas

Ilustración, animación, *layout*

Necesidades de RR.HH.

Profesionales de la ilustración, infografía e administración, así como documentalistas, comerciales, cámaras, redactores/as gráficos/as, etc.

Dificultad de actuación

- Se necesita una formación muy práctica
- Requiere mucho tiempo de aprendizaje

Las **productoras multimedia de animación 3D** reflejan la realidad o crean ficción en movimiento mediante medios digitales. Subcontratan servicios a las productoras de video cuando el trabajo consiste en una mezcla de formato de imagen digital y real. Del mismo modo, las productoras de video las contratan a ellas para completar sus producciones.

Como sucede con el cine y la televisión, el principal problema es la falta de mercado real. En

³ Travelling: Movimiento de cámara obtenido mediante el desplazamiento de la misma sobre raíles o cualquier otro sistema para lograr tomas de personajes en movimiento, o para lograr una mayor captación del entorno.



general, la facturación más importante de este tipo de empresas es la infografía de obra civil quedando el resto limitada a contados trabajos por la falta de una inversión importante en ellos.

Algunas empresas intentan diversificar el negocio generando programas de carácter cultural, *sketchs* o faldones de tipo televisivo. Esta visión u opción empresarial en cierta medida se está extendiendo cada vez más y, por ejemplo, alguna de las empresas visitadas trabaja con el sector médico, muy presente entre los y las profesionales de la infografía.

La principal clientela de estas empresas, además de los organismos públicos, son las empresas de los sectores de la construcción, del sector médico, cultural, televisivo, etc.

Con respecto a la nueva *televisión autonómica*, las productoras multimedia no ven una influencia tan directa como las productoras de televisión pero consideran que de forma colateral puede tener un impacto positivo en su evolución productiva.

AGENCIAS DE PUBLICIDAD

Productos y servicios que ofrecen

Publicidad integral, creación de marca, imagen corporativa, etc.

Clientela principal

- Empresa privada
- Organismos públicos

Necesidades técnicas no cubiertas

Gestión de carteras

Necesidades de RR.HH.

Profesionales del diseño y redacción, así como comerciales, creativos/as, etc.

Dificultad de actuación

- Es un sector que necesita una fuerte inversión
- Existe una gran división interna
- Mucha competencia

La tarea y fuerza de las **agencias de publicidad** radica en que son capaces de aglutinar la llegada de un producto, servicio o empresa a todos los medios de comunicación de forma global. Esto les sitúa en el punto medio entre la clientela final y las empresas proveedoras del servicio.

El de la publicidad es un subsector en auge en el que continuamente se genera y destruye mercado. Por este hecho, el sector de las agencias publicitarias depende de los servicios ofrecidos y de su labor comercial en la que hacen una fuerte inversión.

En cuanto a la *televisión autonómica* opinan que será un elemento más para generar publicidad, su posición es de expectación y buenas perspectivas.

ALQUILER DE EQUIPOS AUDIOVISUALES

Productos y servicios que ofrecen

Alquiler de equipos audiovisuales para cubrir determinados eventos

Clientela principal

- Agencias de publicidad
- Empresa privada
- Organismos públicos
- Televisiones y radios

Necesidades técnicas no cubiertas

Transporte de material, elementos propios del cine y la televisión, últimos avances tecnológicos

Necesidades de RR.HH.

Auxiliares, técnicos y técnicas de sonido, luz y montaje, transportistas

Dificultad de actuación

- Es un sector que necesita una fuerte inversión inicial
- Se manejan equipos muy técnicos
- Requiere cierta movilidad geográfica

El principal objetivo de las empresas de **alquiler de equipos** es proveer de material audiovisual a su clientela. Dicho material incluye iluminación, sonido, imagen, traducción simultánea, grabación, proyectores, etc. Además del alquiler algunas empresas ofrecen venta y reparación de equipos.

Es un subsector que goza de unas excelentes relaciones de tipo interno existiendo un continuo flujo de contrataciones entre las diferentes empresas. Para actos cuyas necesidades técnicas son limitadas, una sola empresa solventa todo el trabajo solicitado, en cambio, para actos de mayor entidad –por ejemplo, los Premios Príncipe de Asturias–, el trabajo se realiza de forma coordinada entre todas ellas.

Actualmente su mercado está en expansión puesto que, poco a poco, las empresas buscan tener una mayor proyección mediante actos de carácter público. Aún así reconocen que la falta de una red empresarial mayor obliga a realizar una inversión en material reducida. Por ejemplo, en eventos de tipo internacional con gran asistencia de ponentes y participantes no existen en toda la región suficientes aparatos de traducción simultánea y han de ser alquilados fuera de la región.

Su principal clientela son organismos públicos, televisiones y radios y empresas de carácter industrial o de servicios, como las organizadoras de eventos.

La creación de la *televisión autonómica* pasa, para estas empresas, en cierto modo, desapercibida. Este hecho tiene una fácil explicación: la televisión contará con sus propios medios y será la clientela tradicional de las

empresas de alquiler la que, ante la demanda de servicios por parte de la televisión, recurra a ellas. Es decir, serán el tercer eslabón de la cadena. Probablemente no generarán nueva clientela asociada a la televisión autonómica, pero si facturarán más a la ya fidelizada a lo largo de los años.

ORGANIZACIÓN PROFESIONAL DE CONGRESOS

Productos y servicios que ofrecen

Coordinación y gestión de la organización global de un evento público

Clientela principal

- Agencias de publicidad
- Empresa privada
- Organismos públicos
- Colectivos profesionales

Necesidades técnicas no cubiertas

Protocolo, traducción simultánea

Necesidades de RR.HH.

Azafatas y azafatos de congresos

Dificultad de actuación

- La demanda ahora mismo está cubierta

Las empresas de **organización profesional de congresos** son contratadas para realizar la gestión total de un acto público y, en ocasiones, también se encargan de subcontratar la parte audiovisual.

Su visión de la nueva *televisión autonómica* es, al igual que sucede con las empresas de alquiler, a las que les une un gran flujo de contratación bidireccional, que la influencia será indirecta por lo que hasta ahora se mantienen a la espera de ver el desarrollo de los acontecimientos.

7. Oportunidades basadas en las necesidades del mercado no cubiertas

En cuanto a las **oportunidades de negocio** detectadas en el sector, éstas son las siguientes:

ILUMINACIÓN

TIPO DE NEGOCIO

La iluminación que hay ahora mismo en el mercado está enfocada a un uso espectacular y nada tiene que ver con las necesidades generadas con la grabación de cine y televisión.

Estas insuficiencias de carácter muy técnico y concreto hace necesaria, ante la previsión de un aumento de demanda de programación, la **aparición de empresas que surtan a las productoras de maletas de luces, de parrillas, de potencia, de diferentes tipologías, etc.**

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

No cabe duda de que la persona que quiera iniciar una aventura en esta rama del sector audiovisual debe tener además de conocimientos empresariales básicos, **conocimientos técnicos** de uso y manejo de los equipos de iluminación que adquiera ya que el sector le demandará **soluciones a problemas concretos** de iluminación que deberá ser capaz de ofrecer si quiere tener éxito en el mercado.

PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO

Si hay algún perfil profesional que se pueda destacar en este segmento de negocio es el de personal **técnico de iluminación**.

No hay formación reglada específica en iluminación, por lo que una persona con conocimientos básicos en esta materia o materias asimiladas podrá ser una buena candidata para formar parte del equipo de una empresa dedicada a proveer servicios de iluminación al sector.

En el caso del alquiler de equipos de iluminación, también se requeriría **personal técnico para el montaje de los dispositivos**.

DIFICULTAD

DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

El número de empresas que realicen esta actividad deberá crecer de acuerdo a las necesidades del mercado puesto que se está hablando de proveer al sector de **material que es muy costoso** y que será utilizado en acciones puntuales.

NECESIDADES FORMATIVAS

La carencia formativa más importante con la que se encontraría este segmento de actividad sería la de no poder contar con personal **técnicos de iluminación** por no existir dicha titulación ni cursos de formación ocupacional.

SONIDO

TIPO DE NEGOCIO

Las producciones audiovisuales que se han desarrollado hasta ahora se han solventado sin la necesidad de adquirir evoluciones técnicas de sonido o recurriendo a las ofertadas desde comunidades vecinas. En un futuro, el incremen-



to de la necesidad de elementos de sonido para realizar una grabación llevará a plantearse la introducción de los mismos en la región porque será más rentable, útil y práctico disponer de ellos de forma directa. Esa necesidad, como sucede con la iluminación, supondrá una **oportunidad para crear empresas de alquiler de elementos de sonido como el sonido directo, micrófonos de pértiga e inalámbricos, acondicionamientos acústicos, grabadores digitales, etc.**

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

De forma paralela a la actividad de iluminación, la de sonido también requiere de una persona que además de tener conocimientos en gestión de empresas conozca técnicamente tanto el producto que va a alquilar como el servicio que va a ofrecer, entendiéndose por esto, que sea capaz de ofrecer soluciones a necesidades concretas del mercado.

PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO

Las empresas de sonido para audiovisuales presentarán oportunidades de empleo a personas que tengan un perfil técnico en sonido como el que se puede adquirir en la formación profesional de ciclo superior de sonido ofrecido por el CIDI-SI. En los alquileres de equipos de sonido, como en el caso de la iluminación, también se requeriría **personal técnico de montaje.**

DIFICULTAD

DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

La puesta en marcha de este tipo de empresas representaría económicamente una **dificultad media** puesto que, aunque los materiales son más económicos que los de iluminación, se necesitan más unidades de cada referencia.

NECESIDADES FORMATIVAS

En el caso de que la empresa decida ofrecer servicios avanzados de sonido para la postproducción, sería interesante contar entonces con personal que maneje **programas informáticos de montaje y arreglos de sonido** como Soundforge, Nuendo, etc.

ELÉCTRICOS

TIPO DE NEGOCIO

Es un área de negocio complementaria a la iluminación y el sonido. Los sistemas de producción de una grabación televisiva o cinematográfica necesitan una alimentación eléctrica mucho mayor que la usada en un ámbito doméstico y conlleva unas especificidades técnicas no cubiertas

por los y las profesionales regionales debido a la ya mencionada falta de demanda. **Las empresas especializadas en el surtido eléctrico a nivel audiovisual, como oferentes de un servicio, tendrán una perspectiva de negocio diferente a la seguida hasta ahora. Las empresas, además de montar y mantener los circuitos eléctricos propios de un plató televisivo, habrán de surtir a las producciones de equipos generadores de la energía eléctrica necesaria para el rodaje fuera de plató.**

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

El componente humano de estas empresas está, fundamentalmente, compuesto por **profesionales de electricidad con especialización en materia audiovisual.**

DIFICULTAD

DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

La mayor dificultad radica en la inversión inicial en equipos que puedan satisfacer la demanda del mercado en cada lugar y momento preciso.

LOCALIZACIONES

TIPO DE NEGOCIO

Asturias no dispone ahora mismo de un gran plató de grabación. Existe alguno de escasas dimensiones donde se acometen producciones de carácter reducido, pero las necesidades que generará una producción de alto nivel y calidad conllevarían la creación de un espacio cerrado de no menos de 500 m².

La **creación y gestión del uso de este tipo de locales es una gran oportunidad de negocio**, puesto que las productoras no pueden disponer de ellos de forma independiente y siempre será demandada su utilización.

Una alternativa de menor coste, con las mismas posibilidades y fundamentada en el capital humano es la de la **localización de espacios de grabación al aire libre**. El único "pero" que plantea esta opción es que al estar en una región pequeña y ya conocida, el barrido geográfico se haría, hasta cierto punto, rápido y ello llevaría a la empresa a tener que salir de la región. Esa deslocalización no sería difícil puesto que, como se indicó, es una iniciativa empresarial basada en el capital humano y por tanto de fácil gestión y alta rentabilidad.

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Además de conocimiento del entorno y del sector que permita a la persona emprendedora ofrecer un servicio ajustado a las demandas del

mercado, ésta deberá gestionar de la forma más rentable los recursos humanos con los que tiene que contar para desarrollar su actividad.

PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO

Para la actividad de localización de espacios abiertos, cualquier persona con **conocimientos artísticos fotográficos y de imagen** sería capaz de desarrollar un buen trabajo.

DIFICULTAD DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

La concepción de un plató como tal conlleva la adquisición de una amplia cantidad de material específico y la contratación del personal que lo haga funcionar desde un punto de vista administrativo y técnico. Por esa doble perspectiva, empresarial y laboral, parece una iniciativa empresarial interesante.

DISTRIBUCIÓN CINEMATOGRAFICA Y DE VÍDEO

TIPO DE NEGOCIO

Las características del mercado regional, pequeño, muy localizado y de necesidades básicas y predeterminadas, hacen que la distribución no sea un punto fuerte puesto que en la mayor parte de los casos, a su pesar, son las propias productoras las que realizan la labor comercial.

Con la creación de nuevos espacios de emisión se espera que la producción aumente, ese incremento hará rentable la **puesta en marcha de una empresa de distribución a nivel, no sólo regional, sino nacional.**

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

En esta ocasión, la persona que quiera iniciar una actividad económica en este segmento, deberá tener un amplio conocimiento del mismo en cuanto a estructura del mercado, agentes que intervienen, limitaciones legales, puntos de venta o difusión, etc.

DIFICULTAD DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

La distribución cinematográfica no requiere un perfil profesional determinado. La empresa podría requerir de personas para apoyo comercial, de gestión y administrativo, perfil fácil de encontrar en el mercado.

SERVICIOS LEGALES ESPECIALIZADOS

TIPO DE NEGOCIO

La creación de contenidos destinados a un

consumo público está sujeta a unas normativas legales referidas, entre otros aspectos, a la gestión de la propiedad intelectual.

Lo mismo que otras materias laborales están ampliamente estudiadas y catalogadas en cuanto a normativa de actuación y existen profesionales con especialización en asuntos laborales, familiares, de riesgos laborales, etc., Asturias no cuenta con profesionales que, de forma específica, se dediquen a **gestionar los casos derivados de la producción audiovisual.**

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Deberá ser una persona titulada en derecho con conocimientos suficientes en la problemática de los derechos de propiedad intelectual de los productos audiovisuales en cada fase de su producción.

DIFICULTAD DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

La creación de una empresa que gestionase este tipo de temas sería una buena oportunidad de negocio. La mayor dificultad radica en la formación académica que esto requiere, pero las salidas que ofrece son muy destacables.

PRODUCCIÓN EN ALTA DEFINICIÓN (HD)

TIPO DE NEGOCIO

El formato de producción HD es desconocido para las personas ajenas al mundo audiovisual, pero lo cierto es que la llegada de la TDT acelerará la entrada de este tipo de producción y de tecnología que viene asociada a ella en las productoras y en el consumo doméstico.

Se trata pues más que de una nueva línea de negocio de una **nueva forma de producción audiovisual** basada en las nuevas tecnologías.

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Productores o productoras que apuesten por las oportunidades que ofrece la HD.

PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO

En este caso, el personal que se requerirá para ejercer profesionalmente en este ámbito tendrá que tener conocimientos técnicos específicos en HD.

DIFICULTAD DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

Aunque es un nicho de mercado real, desde la óptica de creación de empresas, su alto contenido tecnológico y la inversión económica que supondría hace que sea una opción difícil.



ALQUILER Y TRANSPORTE ESPECIAL DE MATERIAL TÉCNICO

TIPO DE NEGOCIO

Este sector en la región está muy bien posicionado y las relaciones internas son, por lo general, muy buenas. El gran problema que existe es que entre los medios con los que cuentan no están incluidos los propios del cine y la televisión. Esta carencia está más que justificada ante la falta de demanda existente actualmente, aunque se espera que la tendencia se revierta y comience a crecer dicha demanda. Por ello, se mantiene la idea del alquiler de elementos técnicos como parte importante de esta industria, pero en esta ocasión la idea sería **solo alquilar el material sin prestar servicio técnico**.

Dentro de este mismo sector y debido a la fragilidad de los materiales, una posible actuación de tipo empresarial sería el **transporte de material técnico**. Las empresas de transporte convencionales no asumen, en algunas ocasiones, los desperfectos que se puedan ocasionar sobre elementos tan frágiles y costosos. Cubrir ese vacío logístico es una buena oportunidad de negocio.

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Además de conocimientos de gestión empresarial, la persona que se decante por iniciar una actividad como esta deberá tener un **conocimiento global de las necesidades de equipo técnico de las producciones audiovisuales** para dar soluciones rentables en tiempo y coste a las necesidades del mercado.

PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO

Al tratarse de un alquiler de material, el personal que se contrataría no necesitaría tener ningún conocimiento específico ya que no se ofrecería el servicio técnico ni de montaje. Tan solo sería necesario contar con **personas que realicen un transporte eficaz cuidando el material**. Si se optase por incluir estos servicios en la actividad empresarial, entonces se tendría que contar con técnicos/as de sonido, iluminación, eléctricos/as, etc.

DIFICULTAD DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

La principal dificultad radica en el **elevado coste de la inversión, no solo inicial, sino también de renovación de equipos**, además de tener que contar con parque móvil mínimo que asegure la correcta prestación del servicio.

SERVICIOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

TIPO DE NEGOCIO

La oportunidad de negocio no está tanto en la novedad del servicio, sino en la atención a una demanda de servicios más específicos que no están siendo atendidos por las empresas ya instaladas en el mercado.

Las funciones en las que más se percibiría un aumento de la demanda de servicios como consecuencia de una ampliación del mercado audiovisual serían: **auxiliares de movilidad, catering, gestión de vida social, servicios de confirmación de citas y azafatas y azafatos**.

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Tratándose de una actividad de prestación de servicios, los conocimientos que ha de tener la persona que opte por crear empresa en este sector están basados en la gestión de recursos humanos y medios técnicos, siendo capaz de dar soluciones a las necesidades que van apareciendo en el mercado.

PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO

Según el servicio que se vaya a prestar, los y las profesionales que se requerirán podrán ser desde azafatas y azafatos, a intérpretes de lengua de signos, personal técnico de sonido, etc.

NECESIDADES FORMATIVAS

Si bien hay oferta formativa en protocolo empresarial y social, quizá ésta sea insuficiente o no alcance a los y las profesionales del sector que se están incorporando al mercado laboral en este sector.

SERVICIOS DE SEGURIDAD

TIPO DE NEGOCIO

Las características de trabajo que conlleva un rodaje, la presencia de público en un plató, el traslado de personajes ilustres e invitados e invitadas, etc. son actividades que deben ser realizadas asegurando la integridad física de objetos y personas. Contar con personas especializadas en el sector que, además, sean **profesionales de seguridad** serviría para supervisar y asegurar un desarrollo normal de cada actividad, así como la protección de las personas implicadas y de los materiales utilizados.

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

Una persona conocedora del funcionamiento

to de las empresas que ofrecen servicios de seguridad podría abordar una iniciativa empresarial de este tipo ofreciendo servicios especializados a necesidades concretas de la producción audiovisual.

PERFIL DEL PERSONAL REQUERIDO

Personal titulado en seguridad privada.

8. Recomendaciones

RECOMENDACIONES FINANCIERAS

SUBVENCIONES

El sector gallego de la producción audiovisual disfrutó de inyecciones de dinero vía subvenciones –7,6 millones de euros en 2002– que le ayudó a adquirir una madurez que lo ha hecho competitivo a nivel nacional.

El crecimiento empresarial más evidente fue el de las productoras de cine y televisión y de animación que trajeron consigo un incremento en la demanda de profesionales de muchas disciplinas relacionadas con la necesidad de dar contenido a las producciones –guionistas, documentalistas, personal técnico de caracterización, iluminación y sonido, actores y actrices, dibujantes, etc.–, así como en la inversión privada en medios técnicos –cámaras, equipos de iluminación, equipos de sonido, etc.– y humanos –centros de formación especializada–.

Esperando el mismo efecto, disponer de ayudas que reduzcan los costes de producción animará a las empresas a crear programas, largometrajes, etc.

Subvenciones a la producción: habría que incrementar la partida presupuestaria de la Consejería de Cultura, Comunicación Social y Turismo para que la ayuda realmente sea motivadora y las productoras se lancen a proyectos que puedan competir a nivel nacional.

Subvenciones a la inversión en equipos técnicos: la tecnología está íntimamente ligada al sector y así, cuanto más adaptados estén los equipos técnicos a la última tecnología, mejores serán los resultados. Ayudar a las empresas a invertir en equipos nuevos redundará en mayores niveles de calidad.

Subvenciones a los gastos de viaje y dietas para los y las profesionales de las artes escénicas: las particularidades culturales y lingüísticas de Galicia han favorecido la selección de sus actores y actrices a la hora de interpretar personajes de la región en producciones nacionales –por ejemplo, en la película *Los Lunes al Sol*, casi el 100% del reparto eran

profesionales de series de la televisión autonómica que se han requerido posteriormente para otras películas como *Mar adentro*, también ambientada en Galicia–.

Acudir a los *castings* que se tienen lugar principalmente en Madrid y Barcelona conlleva un gasto que no siempre pueden sufragar los actores y actrices que acaban de empezar. Destinar **bolsas de viaje o becas** para acudir a procesos de selección les ayudaría a dar el salto y, de forma colateral, a promocionar la región a nivel nacional.

MICROCRÉDITOS

Como alternativa a las subvenciones, se puede optar por conceder **microcréditos** con el objetivo de facilitar recursos económicos a las empresas del sector tanto para la producción como para la adquisición de nuevos equipos técnicos.

AVALES

Uno de los mayores problemas con los que se encuentran las productoras de cine y televisión es la incapacidad de poder emprender proyectos más ambiciosos por falta de aval.

Se hace necesario dotar al sector de una **Sociedad de Garantía Recíproca** especializada en el sector audiovisual.

AYUDAS PARA LA RENOVACIÓN DE EQUIPOS TÉCNICOS EN LOS CENTROS DE FORMACIÓN

La formación en materia audiovisual ha de ir acorde al desarrollo tecnológico que se va produciendo en el mercado porque, de lo contrario, los y las profesionales que salgan de los centros formativos llegarán con conocimientos insuficientes para lo exigido por las empresas.

Disponer de **ayudas directas para la adquisición o alquiler** de nuevo material podría ayudar a solucionar el problema de la obsolescencia de los equipos con los que se está formando a las nuevas generaciones de profesionales.

RECOMENDACIONES PROMOCIONALES

PORTAL DE RECURSOS AUDIOVISUALES

Una forma de potenciar el sector audiovisual asturiano es promocionándolo fuera de sus fronteras.

Sería interesante poner en marcha un **portal en Internet** a imagen y semejanza de la “Guía Audiovisual” de la Fundación Audiovisual de Andalucía (<http://www.fundacionava.org/>)



pages/guia.php) en el que se vayan detallando los trabajos que se hayan realizado en Asturias en los distintos campos del sector –cine, televisión, animación, etc.–, que sirva de foro para el intercambio de información, de soporte para un posible mercado de segunda mano de equipos técnicos y, sobre todo, de guía de recursos audiovisuales –técnicos y humanos–.

Para que el potencial que ofrece sea aprovechado por todo el sector, **habría que motivar a éste a participar de forma activa en el mismo.**

PREMIOS

Un buen método para sacar a la luz talentos creativos y artísticos es convocando premios. Pero éstos deben aportar además de satisfacción al equipo humano que hay detrás de cada producción audiovisual, algún tipo de ayuda económica que permita a las personas premiadas continuar con su trabajo.

Debería convocarse para distintas categorías de producto –cine, televisión, radio, multimedia y vídeo– y profesionales –dirección, actor, actriz, música, etc.–.

MUESTRA DEL AUDIOVISUAL ASTURIANO

La mejor forma de llegar al público en general con las producciones de la región es ayudando a la difusión de éstas mediante la celebración de un **Festival o Muestra del Audiovisual Asturiano**. Para garantizar el éxito de la misma, serán necesarias jornadas y material de difusión de la iniciativa.

RECOMENDACIONES FORMATIVAS

PROGRAMACIÓN DE UN CALENDARIO DE CURSOS

Es patente el problema formativo que existe en el sector. Las empresas opinan que las promociones de estudiantes que salen de las escuelas especializadas, si bien tienen una base, no poseen la suficiente preparación para el trabajo del día a día. De ahí que en ocasiones prefieran la formación directa en las empresas de aquellas personas en las que detectan aptitudes y actitudes que les lleven a pensar que será rentable el esfuerzo.

Se hace necesario que se abra un **canal de comunicación entre las empresas y la administración** para que ésta promueva cursos especializados que contengan programas que se ajusten a las necesidades formativas reales de las empresas, necesidades que han de definir claramente estas últimas.

Sería muy interesante además **contar con profesionales en activo de las empresas como posibles formadores y formadoras** del programa de cursos que gestione la Administración.

Finalmente, el programa tendría que tener un **calendario definido para su impartición**, atendiendo a la estacionalidad de la demanda del sector para que puedan acudir a las acciones formativas el máximo número posible de profesionales del sector.

FORMACIÓN DE FORMADORES/AS

También se pueden diseñar **acciones formativas destinadas a la actualización técnica, reciclaje de conocimientos, etc. de profesores y profesoras** de los centros que imparten la formación profesional homologada.

De esta forma se podría establecer un **nexo de unión entre centros formativos y empresa.**

RECOMENDACIONES SOBRE EMPLEO

BOLSA DE TRABAJO

Utilizando a Internet como soporte, se puede crear una herramienta que sirva para encontrar profesionales en el momento y con el perfil que se necesita.

Las personas que trabajan en el sector de forma autónoma, las recién tituladas, las que buscan nuevos proyectos, etc. pueden **publicar su CV** en esta herramienta a la que se daría acceso restringido solo para las empresas del sector.

Sería una bolsa de trabajo y un **entorno de encuentro entre profesionales y empresas del sector** a semejanza del proyecto DEVA del Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias.

INDUSTRIA AUXILIAR

Pensando en los colectivos beneficiarios del proyecto EQUAL Ciudades del Acero: Espacio Emprendedor, se pueden **orientar las acciones de inserción laboral hacia la industria auxiliar del sector audiovisual**, esto es, en los sectores de la peluquería, estética, decoración, vestuario, *catering*, etc.

Se trata de iniciativas empresariales que, si bien no obtienen el 100% de su facturación del sector audiovisual, orientar alguna de sus líneas de negocio hacia el mismo puede aportarles un **grado de diferenciación** dentro de un mercado que se presenta saturado.



RECOMENDACIONES SOBRE ASOCIACIONISMO

RELANZAMIENTO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORAS DE TV DE ASTURIAS Y CREACIÓN DE NUEVAS ASOCIACIONES Y ENTIDADES

El sector audiovisual gallego cuenta con distintas asociaciones muy activas, con gran trayectoria y retos conseguidos. Por un lado, las hay empresariales como la AGAPI (Asociación Gallega de Productoras Independientes) y la AEGA (Asociación de Empresas Gallegas del Audiovisual); por otro, las profesionales como la Asociación de Actores, Directores y Técnicos de Escena de Galicia y otras entidades como el Cluster del Audiovisual y la Academia del Audiovisual de Galicia.

Se debería fomentar el **relanzamiento de la Asociación de Productoras de TV de Asturias**, crear otras nuevas con **carácter profesional** e incluso intentar promover la formación de un **cluster** a través del cual se tomen decisiones que repercutan en todo el sector, se concentren esfuerzos y se presente como único agente ante sus interlocutores institucionales –ayuntamientos, gobierno regional, entidades financieras, etc.–.

OTRAS RECOMENDACIONES

ORGANISMOS E INSTRUMENTOS DE APOYO AL SECTOR

Si hay algo en común entre las Comunidades Autónomas que ahora disfrutan de un sector audiovisual maduro y en auge es el respaldo institucional que han tenido y siguen teniendo. Entre otros ejemplos se pueden destacar el gallego y el andaluz:

En Galicia surge al amparo de la Ley del Audiovisual el **Consortio del Audiovisual** y la **Film Commission** que tienen como función la de impulsar el desarrollo equilibrado del sector, así como la de potenciar la región gallega como marco para la realización de todo tipo de producciones audiovisuales y multimedia.

Andalucía cuenta con la **Fundación Audiovisual de Andalucía**, entidad patrocinada por la Radio Televisión de Andalucía y entre sus misiones están la de informar, formar, estructurar el sector y promocionarlo. Gestiona además un portal de Internet que es muy completo, incluye una Guía audiovisual, un Catálogo de obras audiovisuales andaluzas, ofertas y demandas de empleo, noticias, la oferta formativa, etc.

Si se busca que el sector asturiano crezca de forma equilibrada y en igualdad de condiciones que el de otras comunidades, será necesario dotarlo, además de financiación, de este tipo de entidades de apoyo.





REHAP

Sector Servicios
Avanzados a Empresas
corredor siderúrgico



1.	Objetivos y estructura del documento	87
1.1.	Marco conceptual	87
1.2.	Marco socioeconómico del territorio	88
1.3.	Pautas de localización territorial de las empresas de servicios avanzados	88
2.	Rasgos generales del sector	88
2.1.	La oferta regional de servicios avanzados	88
2.2.	Los recursos humanos en los sectores avanzados	90
2.3.	La demanda regional de servicios avanzados	91
2.4.	Principales conclusiones del trabajo de campo	91
3.	Análisis D.A.F.O.	92
3.1.	Debilidades y amenazas	92
3.2.	Fortalezas y oportunidades	93
4.	Conclusiones y recomendaciones	96
4.1.	Conclusiones	96
4.2.	Recomendaciones	97



1. Objetivos, metodología y estructura del documento

El *Estudio de diagnóstico y potencialidad del sector de servicios avanzados a las empresas en el ámbito territorial del Corredor Siderúrgico* tiene como objeto el diagnóstico y el análisis de las posibilidades para la creación de empresas y la generación de empleo en el sector de servicios avanzados en la zona territorial del Corredor Siderúrgico, que incluye los municipios de Avilés, Carreño, Castrillón, Corvera de Asturias, Gijón, Gozón e Illas. El documento responde a la siguiente estructura:

- Una introducción en la que se pone de relieve el marco conceptual y terminológico en el que se enmarca el sector de servicios avanzados, así como un breve análisis del entorno socioeconómico del territorio y una presentación de la metodología utilizada en el estudio.
- La caracterización y tendencias del sector es el siguiente de los bloques del estudio. En él se tratan aspectos tales como la radiografía del sector empresarial, las regulaciones legales y una aproximación a los subsectores con mayor potencialidad y tendencias de futuro.
- Dos de los ejes centrales del trabajo pivotan sobre un análisis más detallado de la caracterización tanto de la demanda como de la oferta de los servicios avanzados, tanto en el ámbito nacional, como regional y local –el territorio estudiado se enmarca en el Corredor Siderúrgico-. Aunque el grueso del análisis se realiza respecto a la oferta. Este último aspecto, el análisis local de la oferta de servicios avanzados, se ha nutrido de un amplio trabajo de campo que ha consistido en la realización de 35 entrevistas al personal directivo de empresas que ofrecen servicios avanzados en el espacio del Corredor Siderúrgico. Información que se ha completado con el desarrollo de un cuestionario Web al que han respondido 48 empresas adicionales del resto de la Comunidad Autónoma. El análisis de demanda se ha basado en los estudios publicados por el equipo de la Universidad de Oviedo dirigido por el profesor Fernando Rubiera, así como de un trabajo de campo que ha consistido en la realización de 20 entrevistas a empresas potencialmente demandantes de estos servicios en Asturias.
- El estudio contiene un análisis estratégico que resume las Debilidades, Amenazas,

Fortalezas y Oportunidades (D.A.F.O.) del sector de servicios avanzados en el Corredor Siderúrgico.

- El trabajo termina con unas amplias conclusiones, que sirven de síntesis sobre todos los puntos del mismo, así como con una serie de recomendaciones de actuaciones de política económica que sirvan para potenciar el crecimiento del sector desde sus diversas vertientes. Estas conclusiones y recomendaciones fueron analizadas y validadas por un grupo de trabajo de expertos representantes de entidades y asociaciones empresariales de ámbito regional.

1.1. Marco conceptual

La definición de servicios avanzados adoptada en este trabajo ha sido la misma que la que se consideró en estudio elaborado por la Universidad de Oviedo para el Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA) titulado, *El sector de los servicios avanzados a las empresas en Asturias. Estudio de la situación, perspectivas y necesidades*¹. En este estudio, considerado ya como un estudio de referencia sobre esta materia en nuestro país, se define los servicios avanzados a las empresas como “*el conjunto de actividades terciarias reales (no financieras) destinadas a la venta como consumos intermedios de otras empresas y que se caracterizan por los altos requerimientos de capital humano y tecnología que precisan así como por su elevada aportación al incremento de la productividad, eficiencia y competitividad de las empresas que las consumen, adaptándolas a los cambios tecnológicos, de gestión y organización operados en las modernas economías*”, y se considera que los servicios avanzados a las empresas incluirían las actividades de “*informática y nuevas tecnologías de la información, asesoría y gestión empresarial avanzada, recursos humanos, ingeniería, consultoría técnica avanzada, publicidad y comunicación, diseño y servicios medioambientales*”.

El mencionado estudio detalla las actividades que se incluirían en cada uno de estos **grandes subsectores**:

- **Informática y nuevas tecnologías de la información**
 - *Implantación de sistemas informáticos*
 - *Implantación de comunicaciones avanzadas*

¹ Martínez Argüelles, S. (Director), Rubiera, F. (Investigador principal), (2002). El sector de los servicios avanzados a las empresas en Asturias. Estudio de la situación, perspectivas y necesidades. IDEPA

- Programación informática
- Centro de cálculo y bases de datos
- **Asesoría y gestión empresarial avanzadas**
 - Organización de empresas
 - Asesoramiento económico-financiero
 - Control de gestión
 - Planificación estratégica
 - Estudios de mercado
 - Asesoramiento en comercio exterior
 - Asesoramiento en logística
 - Inversiones y estudios de viabilidad
 - Estudios socio-económicos
 - Localización de plantas
 - Consultoría urbanística
- **Recursos humanos**
 - Selección de personal
 - Formación
 - Seguridad y salud laboral
- **Ingeniería**
 - Ingeniería agraria
 - Ingeniería civil
 - Ingeniería eléctrica
 - Ingeniería industrial
- **Consultoría técnica avanzada**
 - Gestión de la calidad
 - Investigación aplicada
 - Innovación tecnológica
 - Métodos y tiempos
 - Estudios de costes
- **Diseño**
 - Diseño Industrial
 - Diseño gráfico
- **Publicidad y comunicación**
 - Publicidad y comunicación

1.2. Marco socioeconómico del territorio

El territorio denominado “Corredor Siderúrgico” comprende los concejos de Avilés, Carreño, Castrillón, Corvera de Asturias, Gijón, Gozón e Illas, que representan el 4,5% de la superficie del Principado de Asturias, 484 Km², y alberga al 38,7% de la población, 415.975 personas.

Las cifras de **empleo por rama de actividad** dan una pista segura para caracterizar socio-económicamente el Corredor Siderúrgico. El Corredor conserva una sólida estructura industrial, basada fundamentalmente en la rama de industrias metalmeccánicas, que suponen el 13% del empleo total, y, por tanto, el 60% del empleo industrial. Además, en el Corredor está prácticamente el 75% del empleo regional en las ramas metálicas básicas. No debe ignorarse tampoco la importancia de otras ramas industriales pesadas, como la química o la ligada a la transformación de minerales no metálicos. Las indus-

trias ligeras, en cambio, tienen una importancia relativamente menor, especialmente la industria agroalimentaria, sobre todo en comparación con el resto de la región.

1.3. Pautas de localización territorial de las empresas de servicios avanzados

Aunque los datos de la *Encuesta de Servicios del Instituto Nacional de Estadística (INE)* no permiten una desagregación territorial precisa por sectores, puede afirmarse que en el sector de servicios empresariales existe una fuerte tendencia a la concentración de la actividad y el empleo en las zonas más desarrolladas y densamente pobladas.

De acuerdo con los datos correspondientes a 2003, Madrid acumula casi el 25% del empleo en el sector que, junto con Cataluña, alcanza la cifra del 45% del empleo nacional en esta actividad. El crecimiento del empleo en el sector en los últimos años en la Comunidad Valenciana y el País Vasco confirma esta tendencia.

2. Rasgos generales del sector

2.1. La oferta regional de servicios avanzados

Los datos del estudio previo al Plan Regional de Servicios Avanzados 2001 – 2003 permiten constatar que las empresas asturianas de servicios avanzados presentan muchas de las características típicas de estas empresas, si bien también se apuntan algunas peculiaridades:

- Son **empresas pequeñas**. El estudio refleja una media de 27 trabajadores/as y 2,3 millones de euros de facturación por empresa, aunque probablemente la muestra haya quedado ligeramente sesgada a favor de empresas de mayor tamaño.
- Son empresas **intensivas en trabajo**: dependiendo de los sectores entre el 50% y el 70% de sus gastos se dedican a remuneraciones del personal.
- Sus **recursos humanos están altamente cualificados**, al menos teóricamente, ya que el porcentaje medio de ocupados/as con estudios superiores siempre supera al 50% y muestra una tendencia creciente. Sin embargo, el gasto en formación es pequeño, apenas un 5% del total de gastos.
- El empleo muestra un **comportamiento anticíclico** o al menos reacciona con lentitud a las oscilaciones de la cifra de negocio.
- Hay **poca movilidad laboral**, tanto interna como externa, y las nuevas contrataciones

Estructura del empleo según ramas de actividad económica (2003)

	ASTURIAS		CORREDOR		
	Empleos	% por rama	Empleos	% por rama	% del empleo regional
TOTAL	386.877		141.561		36,6
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	28.005	7,2	3.540	2,5	12,6
Industria	61.981	16,0	28.402	20,1	45,8
Industrias extractivas	7.579	2,0	579	0,4	7,6
Industrias de alimentación, bebidas y tabaco	7.782	2,0	1.690	1,2	21,7
Industria química	2.252	0,6	1.386	1,0	61,5
Otros productos minerales no metálicos	3.964	1,0	1.702	1,2	42,9
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	18.569	4,8	13.823	9,8	74,4
Otras industrias transformadoras de los metales	9.885	2,6	4.723	3,3	47,8
Otras industrias manufactureras	9.620	2,5	3.887	2,7	40,4
Electricidad, gas y agua	2.330	0,6	612	0,4	26,3
Construcción	41.066	10,6	16.388	11,6	39,9
Servicios	255.825	66,1	93.231	65,9	36,4
Comercio y reparación	69.413	17,9	27.330	19,3	39,4
Hostelería	24.913	6,4	9.429	6,7	37,8
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	21.861	5,7	7.997	5,6	36,6
Intermediación financiera y servicios empresariales	40.463	10,5	13.080	9,2	32,3
Educación y sanidad	51.897	13,4	18.685	13,2	36,0
Otros servicios	47.278	12,2	16.710	11,8	35,3

Fuente: SADEI. Estadísticas Laborales

Empleos en servicios a las empresas

	2003		2001	
	Empleos	%	Empleos	%
Andalucía, Ceuta y Melilla	208.371	12,4	173.213	11,8
Aragón	43.646	2,6	40.676	2,8
Asturias	32.623	1,9	27.412	1,9
Baleares	34.421	2,1	28.816	2,0
Canarias	61.636	3,7	50.292	3,4
Cantabria	13.966	0,8	13.593	0,9
Castilla y León	71.053	4,2	65.430	4,4
Castilla-La Mancha	38.533	2,3	31.797	2,2
Cataluña	350.017	20,9	309.480	21,0
Comunidad Valenciana	155.962	9,3	134.594	9,1
Extremadura	18.596	1,1	16.424	1,1
Galicia	69.117	4,1	69.792	4,7
Madrid	418.715	24,9	372.317	25,3
Murcia	41.583	2,5	32.131	2,2
Navarra	24.986	1,5	21.980	1,5
País Vasco	87.096	5,2	73.974	5,0
Rioja	8.182	0,5	9.099	0,6
Total	1.678.503		1.471.020	

Fuente: INE, Encuesta Anual de Servicios, 2001, 2003

se producen principalmente entre personal ya conocido de la empresa o entre profesionales sin experiencia laboral previa.

- La incorporación de la **mujer** en el sector en Asturias es menor que en el resto de España.
- La intensidad de **capital** es notablemente inferior a la media nacional, lo que vendría a indicar una menor incorporación de tecnología.
- Las empresas mantienen relaciones de **cooperación**, pero parece que en general no alcanzan el carácter de alianzas estratégicas.

El **Plan Regional de Servicios Avanzados 2001 – 2003**² detectaba insuficiencias en determinados servicios como el asesoramiento en comercio exterior, los estudios de localización de plantas, la consultoría urbanística, la ingeniería agraria, los estudios de métodos y tiempos, los estudios de costes y los estudios de ahorro energético. Ahora bien, como es obvio, para que una actividad empresarial sea rentable no es suficiente que no exista demasiada competencia, sino que es necesario, sobre todo, que exista demanda, y como el propio estudio reconoce, se trata de actividades con escasa demanda. Contra lo que pudiera parecer, el Plan también detectaba escasez de oferta en determinadas áreas de servicios relacionados con los recursos humanos, particularmente en los servicios de mayor valor añadido, como la selección de personal.

2.2. Los Recursos Humanos en los sectores avanzados

Un fenómeno creciente en las economías avanzadas es que la demanda de trabajo cualificado crece a un ritmo muy superior al del no cualificado. Este hecho no sólo se explica por el mayor número de personas que cuentan con formación universitaria sino más bien por las necesidades de producción. La cualificación del capital humano se mide por lo que en la literatura académica se denomina *skills*, es decir, las habilidades o capacidades del trabajador/a para adaptarse a un contexto económico cada vez más complejo, cambiante y que sigue patrones globales. En un reciente trabajo publicado por la OCDE³ se hace una radiografía de cuáles son las características que definen a las personas que tienen una mayor probabilidad de ser contrata-

das, sobre todo en aquellas ramas intensivas en conocimiento y alta tecnología, y que se resumen a continuación:

- Tienen que mostrar **cuatro aptitudes para el aprendizaje**:
 - Capacidad de aprender técnicas para seguir aprendiendo, el denominado **Learning to Learn**.
 - Mostrar una capacidad de aprender de lo que otros/as hacen, **Learning from Others**.
 - Ser capaz de adaptarse en su puesto de trabajo, lo que se conoce como **Learning on the Job**.
 - Y, por último, tener la capacidad de renovar su conocimiento a medida que va adquiriendo experiencia, el denominado **Learning by doing**.
- Se trata de una persona que es **capaz de procesar y gestionar** de una manera ágil la información.
- Que **trabaja en equipo**, unos equipos basados a su vez en el aprendizaje continuo y renovado.
- Presenta una gran habilidad para enfrentarse y **solucionar problemas** porque suele ser una **persona creativa**.
- Y debe mostrar algunas habilidades adicionales importantes:
 - Para **adoptar decisiones**.
 - En la comunicación, por tanto, es una persona que habla otros **idiomas**.
 - Para **resolver problemas** analíticos y deductivos.

Como se puede observar el perfil descrito es el de una persona con una elevada formación, capaz de desenvolverse en cualquier contexto y, sobre todo, que muestra la capacidad de estar constantemente aprendiendo y mejorar su propio capital humano.

Este perfil se podría completar con el obtenido en el trabajo de campo llevado a cabo para este trabajo, y que se corresponde con una persona **menor de 40 años**, con titulación **universitaria**, con una capacidad demostrada para **emprender proyectos** nuevos y con un capital social y relacional significativo.

² Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA) (2002). Plan Regional de Servicios Avanzados en el Principado de Asturias (PRSAPA).

³ Arnal, E., Ok, W y Torres R., (2001), "Knowledge, Work Organisation And Economic Growth", Labour Market And Social Policy - Occasional Papers No. 50, OCDE, Francia.

2.3. La demanda regional de servicios avanzados

El *Plan Regional de Servicios Avanzados* contiene un interesante análisis de la demanda regional de estos servicios, a partir de los resultados de la *Encuesta Aproximativa sobre la Oferta y Demanda de Servicios Avanzados* en el Principado de Asturias.

El Plan extrae una primera conclusión sobre la demanda a partir de las opiniones de las empresas ofertantes: las empresas asturianas de servicios avanzados consideran que la demanda regional es insuficiente. De acuerdo con los datos de la Encuesta, solo en los casos de servicios de informática y asesoría y gestión empresarial el porcentaje de empresas que los demanda alcanza niveles elevados. En unos casos la externalización tiende a ser completa (*servicios tecnológicos*), mientras que en otros se compatibiliza con el autoconsumo (*gestión empresarial*). En el resto de actividades la demanda de servicios avanzados es mínima. El Plan concluye que los bajos niveles de consumo externo no se deben a una eventual tendencia a la internalización de la producción de estos servicios, salvo en el caso de las ingenierías. En nuestra opinión, este análisis debe completarse con la consideración de que algunos de los servicios en los que hay una cierta demanda, concretamente los de asesoramiento empresarial, serían más bien servicios tradicionales de asesoría fiscal, laboral y contable que puntualmente se pueden extender a temas jurídicos o financieros.

Uno de los resultados principales que se puede extraer del trabajo de campo realizado es que, a pesar de la presencia de estos departamentos y de que las empresas asturianas declaran realizar internamente la mayor parte de estos servicios, esto es compatible con la contratación a otras empresas de los mismos.

Un dato relevante es que el 66% de las empresas entrevistadas considera que no podría llevar a cabo con su propio personal los servicios que contrata a otras empresas, sobre todo manteniendo los mismos criterios de calidad y rapidez. Como se puede observar, este dato coincide con la opinión de las que ofrecen servicios avanzados, que consideraban que la mayor especialización, capital humano y experiencia en la realización de estas actividades son los factores que conducen a las empresas a demandar sus servicios. Enlazando esto con la presencia mayoritaria de departamentos internos en las empresas se podría decir que estos departamentos marcan las líneas generales de actuación en su campo para, posteriormente, contratar a otras empresas el servicio concreto, se trata por tanto de departamentos que se

encargan de la supervisión de las contrataciones y de que éstas se ajusten a las necesidades de la organización que las demanda.

Una vez más se demuestra un hecho destacado en los trabajos previos, que asocian la demanda de servicios avanzados a la satisfacción en los consumos previos. En cambio, un dato que parece diferenciarse con los trabajos anteriores, es que la mayoría de las empresas considera que no demanda más servicios avanzados porque no los necesita, no porque no exista una oferta regional suficiente. Una vez más, se constata que existe un sector empresarial en Asturias que no es un claro referente para la demanda de nuevos servicios avanzados.

2.4. Principales conclusiones del trabajo de campo

- Las empresas en los **sectores más intensivos en capital y tecnología** tienden a utilizar en mayor medida los servicios avanzados (en especial I+D y tecnologías de la información) que las empresas de sectores tradicionales más intensivos en trabajo.
- Los **servicios más externalizados** son la publicidad y las tecnologías de la información y la comunicación, mientras que los servicios de ingeniería son los menos.
- El tamaño de la empresa y la satisfacción alcanzada en consumos anteriores de servicios externos son **factores clave** para explicar la propensión a utilizarlos.
- La **oferta de servicios avanzados** condiciona el desarrollo de una demanda solvente, ya que las empresas no encontrarán fácilmente en su entorno inmediato servicios de calidad satisfactoria, con lo que la demanda tenderá a retraerse o a acudir a otras regiones, intensificando así de nuevo los procesos de concentración del sector.
- Las empresas asturianas de servicios avanzados consideran que la **demanda regional es insuficiente**.
- Solo en los casos de servicios de **informática y asesoría y gestión empresarial** el porcentaje de empresas que los demanda alcanza niveles elevados en Asturias.
- Las **cifras de consumo** de servicios avanzados por las empresas asturianas son muy reducidas.
- Los datos disponibles sobre **producción interna de estos servicios** permiten descartar que la falta de demanda sea consecuencia de una elevada producción interna: el 53,84 por ciento de las empresas declaran no ser capaces de producir internamente los servicios avanzados que requieren.

- La presencia de **departamentos de Diseño** es residual, lo que explica por qué éste es uno de los servicios más demandados.
- Los **servicios informáticos de mayor valor añadido**: desarrollo de aplicaciones de software o los sistemas de control de la producción, mayoritariamente contratados a terceras partes.
- La oferta no es independiente de la demanda, y asimismo, la oferta no aparecerá hasta que la demanda sea creíble y exista una verdadera disposición a pagar por nuevos servicios.
- El 45% de las empresas asturianas demandantes de servicios avanzados tiene previsto **augmentar su demanda** de los mismos a corto plazo.
- El 30% no cree que el aumento de la **competencia internacional** le obligue a hacer uso de estos servicios.

3. Análisis D.A.F.O.

Los servicios avanzados lo son precisamente por sus elevados requerimientos de capital humano cualificado y/o por su tecnología. Esto permite enmarcar a este tipo de actividad como intensiva en conocimiento, bien porque lo precise para implantar y transferir la tecnología existente o bien para crear nuevo conocimiento y, por tanto, nuevas maneras de producir bienes y servicios o mejorar las existentes. En cualquier caso, los servicios avanzados son una parte de la cadena de la producción de una economía intensiva en tecnología, lo que los convierten en actividades clave para la mejora de la producción y productividad agregada.

La oferta de servicios avanzados depende del tamaño de los mercados locales y de los requerimientos de nuevo conocimiento, es decir, de las **necesidades de innovación** que existan en los mismos. No hay que confundir tamaño de mercado con el tamaño físico de una región, existen países y regiones pequeñas donde los servicios avanzados tienen una elevada participación y otros grandes que no la tienen. El tamaño de mercado de servicios avanzados depende del **grado de desintegración vertical de las empresas** de una región y de las **necesidades que éstas tengan** de adquirir y adoptar constantes **cambios tecnológicos**, aspecto correlacionado con su presencia en los mercados internacionales. Por lo tanto, no se puede hablar de oferta de servicios avanzados sin hablar de la **estructura productiva** de una región, de su **capacidad de innovación**, de su grado de **apertura**

comercial y de la **intensidad en la interrelación empresarial** que existe en el territorio.

Es en este contexto donde se tienen que analizar las debilidades, amenazas y fortalezas del sector de servicios avanzados en Asturias, que se corresponden con el modelo de crecimiento y la especialización de la economía regional, vertebrada históricamente a través de sectores donde se producen bienes de baja intensidad tecnológica que han tenido que experimentar una fuerte reestructuración empresarial en la última década, y que cuenta con índices de apertura comercial aún relativamente reducidos, poco abierta a la competencia empresarial y poco inversora en proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación. Aunque también es cierto que hay signos de que en los últimos años se está experimentando un cambio de tendencia estructural en la economía regional, lo que pone de manifiesto potenciales fortalezas de cara al futuro del sector.

3.1. Debilidades y amenazas

- Se trata de una **estructura empresarial relativamente joven**. La juventud del sector, en sí misma, no es una debilidad, lo es, en este caso, porque es un indicador de que la demanda también es joven, lo cual mostraría la existencia de un lento proceso de descentralización de las empresas instaladas en Asturias.
- Aunque el proceso de desintegración vertical de las empresas fuese lento, podría ocurrir que fuera intensivo en necesidades de conocimiento y que, por tanto, la demanda de servicios avanzados soportara la existencia de grandes empresas que pudieran proveerlos a nivel local. Sin embargo, la evidencia no permite contrastar esa hipótesis. Se trata de **un sector atomizado que no pertenece a grupos empresariales**.
- **El sector ha nacido de jóvenes emprendedores y emprendedoras**, con escasa capacidad para crecer y obtener un tamaño significativo.
- Las empresas de un mayor tamaño son las que están facturando a otros mercados, pero aún la presencia media es relativamente baja, tan sólo se factura un 18% en el mercado nacional y menos de un 5% en los mercados europeos e internacionales.
- Por lo tanto, **se combina una escasa demanda doméstica, reciente en el contexto histórico, con el nacimiento de empresas locales de servicios avanzados muy adaptados y acopla-**

dos a esa demanda, puesto que no tratan de competir fuera de la Comunidad Autónoma, posiblemente por su reducido tamaño, o por el tipo de servicios que ofrecen.

- **El promotor- tipo de una empresa de servicios avanzados es una persona con licenciatura universitaria,** mayoritariamente Ingeniería Industrial en el caso del Corredor Siderúrgico, **que no ha contado con mucha experiencia previa antes de crear su propia empresa.** Ha basado su estrategia de crecimiento en el *learning by doing*, en aplicar los conocimientos adquiridos, procesarlos y transmitirlos a la demanda local. Asturias aún no es una demandante significativa de alto conocimiento que haga *rentable* el nacimiento o establecimiento de empresas que precisen innovar para la prestación de sus servicios.
- El uso de idiomas sólo es importante para un 50% de las empresas y de esas, el nivel exigido es el básico. Esto, por lo tanto, es una debilidad y una amenaza para el crecimiento del sector porque el conocimiento, o la difusión del mismo a escala mundial, se tiende a hacer en idiomas como el inglés. El resultado es que **se prestan servicios a escala local cuando las herramientas y la tecnología para ello ya están estandarizadas o explotadas ampliamente en otros mercados y que se pueden considerar servicios avanzados tan sólo porque requieren una cierta cualificación para implantarlos.**
- Una debilidad relevante es el hecho de que **el sector de servicios avanzados es un claro demandante de formación continua genérica o poco específica para el desempeño de su trabajo,** lo que impide mejorar la capacidad de la plantilla para innovar y desarrollar nuevas ideas con proyección empresarial.
- La oferta formativa, la presencia de centros de investigación próximos a los servicios que se prestan, la disponibilidad de una fuerza laboral muy cualificada son requisitos fundamentales para el nacimiento y atracción de empresas de alto conocimiento. Sin embargo, esto no sólo es un problema de oferta, como se indicaba anteriormente, sino también de demanda. Parece que, y esto es quizás **la mayor amenaza del sector, que existe un cierto equilibrio de bajo nivel: la oferta está adaptada a la demanda pero ésta no exige nuevos retos o nuevas necesidades de innovación y, por tanto, a su vez está adaptada a la**

oferta. La amenaza radica en que este equilibrio se perpetúe y que ni la oferta, ni la demanda, ni ambos a la vez, den ese *gran empujón* que se necesita para adquirir un mayor tamaño de mercado.

3.2. Fortalezas y oportunidades

- **La principal fortaleza del sector de servicios avanzados de Asturias y del Corredor Siderúrgico son sus expectativas de futuro y su crecimiento acumulado en los últimos años.** Efectivamente, es un sector que en número de empresas se ha multiplicado por 2,5 en los últimos cinco años. Que año tras año está creando empleo a tasas medias acumuladas del 15% anual y que este empleo se ha focalizado en profesionales con estudios universitarios a nivel de licenciatura y, fundamentalmente hacia las mujeres, aunque éstas aún tienen un peso inferior al de los hombres en las plantillas y mucho más acentuado en los puestos directivos. Como se decía, es un sector en expansión donde los agentes que están en él creen de una manera muy positiva en su futuro, la gran mayoría de las empresas cree poder aumentar su facturación en el próximo año entre un 10 y un 30 por ciento, y se estima que en conjunto el sector pueda crear 600 nuevos empleos cualificados en un año. Esta fortaleza del sector también lo es de la Comunidad Autónoma y puede generar efectos multiplicadores. En el sector de servicios avanzados parece que es menos importante el desajuste de cualificación en el mercado laboral y, por lo tanto, este proceso de usar intensamente los factores productivos es clave para aumentar la productividad de este sector y, dadas las conexiones que éste tiene sobre el resto de las ramas de la economía, también de la Comunidad en su conjunto. Y este aumento de la productividad es a su vez un estímulo adicional para mejorar los condicionantes necesarios para que se produzca ese *gran empujón* que necesita tanto la oferta como la demanda de servicios avanzados en Asturias. Por todo ello, **la fortaleza y oportunidad más destacadas versan sobre el buen clima empresarial que existe en el sector.**
- Pero el sector también posee otra serie de fortalezas y oportunidades a los que habría que prestar atención. Una de las fortalezas más importantes es que **se trata de un sector que trabaja en red o, dicho de**



otra manera, donde la cooperación e interrelación entre las empresas es muy intensa. Más del 70% de las empresas dice colaborar con otras empresas de su mismo sector, y la media de empresas colaboradoras se encuentra en un intervalo entre las 3,5 y las 6,5. Este grado de interrelación es muy difícil de encontrar en otros sectores –sobre todo los denominados tradicionales–, aunque esta manera de actuar en los mercados es cada vez más la herramienta utilizada por las organizaciones empresariales para mejorar sus ventajas competitivas y, en este sentido, **se observa un dinamismo empresarial y organizativo muy significativo** que, a su vez, se convierte en una gran oportunidad para afrontar el futuro del sector por diversas razones:

- Porque es una manera de aumentar el tamaño empresarial y, por tanto, paliar el problema descrito del atomismo observado.
- Porque mejora las ventajas competitivas de las empresas, puesto que la cooperación permite ofrecer una mayor gama de servicios a su clientela, además de aumentar el abanico de clientela posible –la cooperación puede permitir que las empresas operen conjuntamente en mercados que por separado no podrían hacerlo–.

- Porque ayuda a reducir el problema de no encontrar profesionales con la cualificación necesaria. De hecho, más del 50% de las empresas entrevistadas dice colaborar con otras empresas para afrontar dicho problema.
- Porque una buena red de colaboradores y colaboradoras permite adquirir nuevo conocimiento de una manera más rápida.

En este caso, puede que aún no exista una buena red pero sí el potencial necesario para ello, dado que para la creación de redes, al menos en las fases de alto riesgo técnico y de innovación, resulta determinante la proximidad espacial y social entre los/as socios/as de la red que existe en el sector de servicios avanzados asturiano.

Asturias aún está lejos de conseguir crear estas redes de innovación, sin embargo, hay una oportunidad y un buen caldo de cultivo como para promoverlo. Porque el sector de servicios avanzados está liderado por profesionales jóvenes- aunque esto mostraba síntomas de debilidad en algunos puntos- y ello es una oportunidad muy importante porque tienen una elevada formación, capacidad demostrada para emprender y potencial y expectativas para crecer, tan sólo hace falta canalizar todo ese potencial para convertirlo en realidad y en el motor del dinamismo económico de Asturias.



Análisis DAFO del sector de servicios avanzados en el Corredor Siderúrgico

Debilidades

- ⊕ Estructura empresarial joven: media edad 10 años
- ⊕ Escasa presencia de grupos empresariales: 27 %
- ⊕ Fuerte atomización: 72% de las empresas factura menos de 600.000 €
- ⊕ Muy local: el 50% de la facturación es en el mismo municipio, el 77% dentro de Asturias
- ⊕ Poca presencia de la mujer en la gerencia de las empresas, así como en las plantillas

Fortalezas

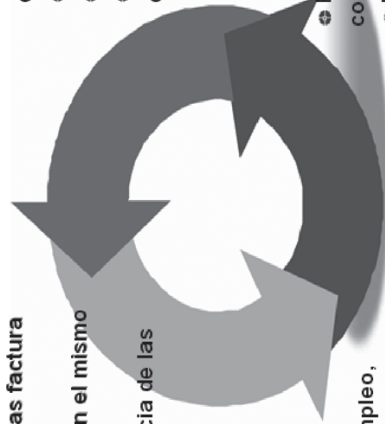
- ⊕ Buenas expectativas: en facturación, empleo, presencia en otros mercados
- ⊕ Clima empresarial en creciente cooperación: el 70% de las empresas cooperan con otras
- ⊕ Se empiezan a consolidar algunas empresas que ofrecen servicios en otras Comunidades, apareciendo en Catálogos de empresas homologadas dentro de unos parámetros de calidad

Amenazas

- ⊕ No existe una demanda suficiente como para hacer rentable la creación y establecimiento de empresas de alto conocimiento en el territorio
- ⊕ Escasa capacidad de innovar
- ⊕ Desconexión con el conocimiento internacional
- ⊕ No existen redes empresariales de innovación con empresas de otros territorios

Oportunidades

- ⊕ Posible creación de 600 empleos cualificados a corto plazo
- ⊕ Una cooperación más intensa y con empresas innovadoras es una fuente de oportunidades para:
 - ⊕ Aumentar el tamaño empresarial
 - ⊕ Reforzar las ventajas competitivas
 - ⊕ Solventar deficiencias a la hora de encontrar profesionales cualificados
 - ⊕ Mejorar la adopción de conocimiento
 - ⊕ Buscar vías para la internacionalización



4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusiones

4.1.1. Estructura empresarial

- El sector de servicios avanzados en Asturias **reúne todos los rasgos de un sector naciente.**
- **Un sector joven.** De acuerdo tanto con los estudios generales, como con las conclusiones del trabajo de campo, el sector de servicios avanzados está constituido en general, por empresas de reciente creación (alrededor de 10 años de antigüedad) promovidas por profesionales jóvenes. En muchos casos, la actividad empresarial ha sido uno de los primeros empleos de los/as gerentes y promotores/as de las empresas.
- **Un sector muy atomizado.** La media de tamaño de nuestra muestra es de 10 personas en plantilla por empresa, con tendencia creciente. El 72% de las empresas entrevistadas factura menos de 600.000 euros, lo que confirma que se trata de empresas de muy reducido tamaño.
- **Estructura empresarial autóctona.** Se trata de empresas creadas por promotores/as residentes en Asturias. Su mercado es fundamentalmente local/regional. Alrededor del 77% de la facturación procede de clientela radicada en la Comunidad Autónoma.
- **Patrones de localización muy condicionados.** El principal factor de localización alegado por las empresas es la proximidad al cliente, seguido por la residencia del promotor/a. Estos factores iniciales, en el ámbito propio de Asturias y del Corredor Siderúrgico, se ven asimismo reforzados por la propia tendencia a la polarización espacial del sector de servicios avanzados, cuyas empresas tienden a localizarse en las zonas urbanas con mayor densidad de población y de actividad económica, así como en las zonas que ofrecen mejores condiciones de calidad de vida.

4.1.2. Recursos humanos

- **Alta cualificación inicial de los recursos humanos.** Se trata de un sector en el que predominan claramente las personas con titulación universitaria. La dinámica de creación de empleo en el sector está claramente orientada hacia la incorporación de recursos humanos cualificados.
- **Existen necesidades de personal sin**

cubrir. Una de cada tres empresas tiene dificultades para encontrar personal con la cualificación adecuada en el entorno regional.

- **El perfil del sector no es especialmente apropiado para los colectivos con especiales dificultades para la inserción laboral.**
- **Bajo nivel de inversión en formación avanzada capaz de generar conocimiento específico.** A pesar de que el nivel formativo básico de los recursos humanos del sector es alto, el sector parece que no tiene suficientes incentivos para invertir en la generación de conocimiento específico, que es el que genera ventajas competitivas. Esta falta de incentivos puede deberse también a la falta de una oferta formativa adecuada. El 60% de las empresas considera que no existe oferta formativa adecuada a sus necesidades específicas, incluyendo determinado tipo de conocimientos relativamente estandarizados a nivel nacional o internacional.
- **Un sector en progresiva feminización.** Hay un 23% menos de mujeres que de hombres en las plantillas actuales de las empresas, cinco puntos menos que hace tres años, lo que demuestra una clara convergencia. Teniendo en cuenta que en el caso de titulados y tituladas esta brecha se reduce al 18% con una disminución de seis puntos en ese mismo periodo. Estos datos, unidos a la constatación del incremento de la presencia femenina en los estudios universitarios y la tendencia del sector a la contratación preferente de titulados/as, permiten aventurar que en el plazo de unos 10 años podría equilibrarse el reparto por sexos de los puestos de trabajo en el sector.
- **Un sector con “techo de cristal”.** Este proceso de progresiva feminización presenta sin embargo una falla: el porcentaje de promotoras o gerentes mujeres sólo alcanza el 20% por tanto, solo una de cada cinco empresas ha sido promovida o está dirigida por mujeres.

4.1.3. Características de la oferta

- **Un sector poco especializado.** Las respuestas de las empresas muestran un sector poco especializado. En general, las empresas tienden a ofrecer una amplia gama de servicios poco especializados.
- **Un sector autodidacta.** Teniendo en cuenta el perfil de los promotores/as y los datos relativos a la cualificación inicial y formación de los recursos humanos, parece que las empresas de servicios avanzados tienden a

basar su oferta en las capacidades iniciales de sus promotores/as.

- **Escasa capacidad de creación de nuevo conocimiento.** La elevada cualificación teórica de los recursos humanos no parece haber impulsado a las empresas a desarrollar conocimiento novedoso o tecnología propia.
- **Poco interés por la diversificación.**
- **Bajo nivel de implantación de sistemas de calidad.** Tan sólo un tercio de las empresas tienen certificados de calidad.

4.1.4. Mercado

- **Las áreas de crecimiento potencial se sitúan en segmentos que incorporan más conocimiento y mayor valor añadido.** Como nichos de potencial mercado, para las empresas entrevistadas son, básicamente, la consultoría técnica, la informática y nuevas tecnologías y el diseño:
- **Nuevas tecnologías de la información y la comunicación:**
 - Consultoría tecnológica
 - Internet y contenidos multimedia
 - Diseño de Software
 - E-learning
 - Nueva tecnología TDT (Televisión Digital Terrestre)
- **Investigación y Desarrollo Tecnológico:**
 - Ejecución de proyectos de I+D
 - Transferencia de tecnología
 - Laboratorios de análisis
- **Asesoría empresarial avanzada: Servicios integrales para PYMES.**
- **Diseño y comunicación:**
 - Nuevos soportes publicitarios
 - Imagen corporativa de alta calidad
 - Diseño Gráfico
- **Barreras de entrada.** Las principales barreras a la entrada en este tipo de actividad empresarial están vinculadas a tres factores que se retroalimentan sucesivamente, escasa demanda, elevada competencia para la demanda existente y escasa disponibilidad de recursos humanos, que tienden a desplazarse a los mercados más dinámicos.

4.1.5. Demanda

- **Un sector con baja demanda.** Los datos recogidos en el trabajo de campo y todos los estudios generales sobre el sector, muestran una baja propensión al consumo de servicios avanzados y a su externalización por parte de las empresas asturianas.
- Ante la poca demanda privada, la **demand**

pública pesa mucho y condiciona el mercado.

- **Las empresas de tamaño mediano son las principales consumidoras de servicios avanzados.**
- **La externalización aporta valor a las empresas clientes.** 9 de cada 10 empresas considera que los servicios que prestan a sus clientes no podrían ser satisfechos internamente.
- **Un sector con buenas perspectivas de crecimiento.** Las empresas esperan un crecimiento para el próximo año de entre el 10% y el 30% de su facturación. La gran mayoría creen que podrán aumentar el empleo, en torno al 15%.

4.1.6. Competencia

- **La competencia es creciente.** 7 de cada 10 empresas creen que la competencia va a aumentar.
- **El conocimiento del mercado y el capital humano son los principales factores de diferenciación de las empresas de servicios avanzados, según las empresas.** La gran mayoría de las empresas considera que se diferencia por su experiencia, y, por tanto, por conocer el mercado y las necesidades de sus clientes, pero también por su capital humano.
- **La competencia se establece en calidad y relación con el cliente, no en precio.** Los factores de competencia en el mercado, potenciados por el carácter eminentemente local del mismo, son principalmente las relaciones personales, que permiten a las empresas obtener una ventaja competitiva.

4.1.7. Cooperación empresarial

- **Las empresas colaboran para aumentar su oferta de servicios.** El 70% de las empresas entrevistadas manifiesta que colabora con otras empresas, porcentaje que se incrementa hasta el 90% en el caso de las empresas que contestaron a través del cuestionario Web. La colaboración fundamental es la de unirse para mejorar la prestación de servicios a los clientes.
- **Un sector en red.** Si analizamos con cuántas empresas colaboran, las 35 entrevistadas personalmente sumaban 122 empresas colaboradoras, a 3,5 empresas de media cada una, mientras que 48 de la Web alcanzaban la cifra de 317 empresas colaboradoras, lo que supone una media de 6,62, de las cuales un 22% de las mismas colabora con más de 10 empresas.

- **Nivel asociativo relativamente elevado.** Más de la mitad de las empresas pertenece a alguna asociación o colectivo empresarial.

4.2. Recomendaciones

4.2.1. Para promover la creación de empresas

Dado el carácter derivado de la demanda de servicios avanzados, el desarrollo del sector es función de la evolución general de la actividad económica, al cual los servicios avanzados contribuyen también de manera decisiva. Por tanto, la creación y el crecimiento de las empresas de servicios están muy condicionados por las políticas de apoyo a la oferta y a la demanda que se adopten a nivel regional.

Las medidas que pueden adoptarse para promover la creación de empresas pueden dirigirse a ambos lados del mercado, demanda y oferta, así como a mejorar el entorno local para el desarrollo del sector:

- **Fomentar la demanda de servicios avanzados.** El desarrollo de cualquier sector económico depende fundamentalmente de las expectativas de crecimiento de la demanda. Las conclusiones del trabajo de campo muestran que la principal barrera para el aumento o la diversificación de la oferta de servicios avanzados es la insuficiente demanda en los principales mercados de las empresas. Entre los posibles instrumentos de fomento de la demanda se encuentran:
 - **Ofrecer incentivos al consumo de servicios avanzados.** En el estrecho marco que permiten las políticas locales, cualquier apoyo al consumo de servicios avanzados incidirá positivamente en el desarrollo de la oferta. Ahora bien, dada la dimensión del sector, es discutible que un apoyo financiero por parte de la Administración Local pueda provocar un efecto apreciable sobre la demanda.
 - **Difundir información sobre las ventajas que aporta el consumo de servicios avanzados.** Las empresas de servicios avanzados consideran que aportan valor a los clientes. Sin embargo, teniendo en cuenta la baja propensión al consumo, parece que estos no son conscientes de tales ventajas. Acciones de comunicación sobre los demandantes potenciales, tan personalizadas como sea posible, pueden dinamizar la demanda de los servicios. En este sentido es fundamental implicar acti-

vamente a las empresas prestadoras de los servicios, que son las primeras interesadas en que crezca la demanda.

- **Reducir los riesgos de competencia encubierta por parte del sector público.** Una reclamación reiterada de las empresas de servicios es que en muchos casos los centros tecnológicos, la Universidad (directamente o a través de Institutos Universitarios) o la propia Administración ofrece a las empresas servicios que podrían ser ofertados por el sector privado. Más que ofrecerlos directamente, el sector público debería fomentar su demanda y, eventualmente, ofrecerlos temporalmente, promoviendo la aparición de oferta privada.
- **Mejorar la conexión entre oferta y demanda de servicios avanzados.** Para que las medidas de fomento de la demanda surtan los efectos buscados, es decir que ayuden a desarrollar un sector local de servicios avanzados eficiente, deben acompañarse con medidas que faciliten la conexión entre demanda y oferta, con acciones de información y apoyo.
 - **Dar a conocer la oferta local de servicios avanzados.** Uno de los factores fundamentales que condicionan la decisión sobre consumo de servicios avanzados es el conocimiento de la oferta por parte de los demandantes potenciales, especialmente la oferta local que es a la que acceden preferentemente las pequeñas empresas. Medidas de difusión de la oferta local entre los demandantes potenciales pueden contribuir, por tanto, a incrementar la demanda de estos servicios.
 - **Homologación de la oferta de servicios.** Uno de los mecanismos más habituales para facilitar el desarrollo local de un determinado sector, especialmente en sectores en los que se necesita garantizar a la clientela la calidad de los productos, es la homologación de unos determinados proveedores/as. Estas homologaciones deben estar basadas en criterios objetivos y estar abiertas a la incorporación continua de nuevos prestadores/as.
- **Facilitar el crecimiento de la oferta local de servicios avanzados.** Como es obvio, todas las medidas recomendadas en este apartado tienen por objetivo promover la creación de las empresas de servicios avanzados, especialmente por personas pertenecientes a los grupos beneficiarios de EQUAL.

- **Ayudas específicas, no ligadas a la inversión sino a los costes de maduración de proyecto.** La mayor parte de los programas de ayuda a las empresas financian únicamente inversiones materiales, por lo que discriminan claramente a las empresas cuya principal inversión es el capital humano. Por eso, uno de los mayores problemas a los que se enfrentan los promotores de empresas de servicios es financiar su crecimiento, que requiere necesariamente la incorporación de recursos humanos adicionales.
- **Atraer financiación privada.** Las empresas de servicios avanzados pueden ser particularmente atractivas para inversores privados externos. Por ello, alternativa y complementariamente a los apoyos públicos sería recomendable establecer sistemas para acercar la inversión privada a las empresas. Mecanismos posibles serían la utilización de *Redes de Business Angels*⁴ o la organización de foros de inversores. Para ser eficaces, estas acciones deberían estructurarse sólidamente. Es preciso trabajar con las empresas para asegurar que su presentación ante potenciales inversores tiene el nivel de calidad suficiente; y es preciso trabajar con los potenciales inversores para garantizar a las empresas que los inversores son serios y solventes y para que estos tengan la seguridad de que las empresas para las que se busca su apoyo tienen una preparación suficiente.
- **Promover las *Spin-Off* universitarias y empresariales y la cooperación entre las empresas y la Universidad.** En los países en los que los servicios avanzados alcanzan un mayor nivel de desarrollo, los departamentos universitarios y las propias empresas se encuentran entre las principales fuentes de creación de nuevas empresas de servicios avanzados, especialmente de las que incorporan mayor nivel de conocimiento e innovación. Entre las posibles medidas para alcanzar esos objetivos se encuentran:
 - **Dar transparencia a la oferta universitaria de conocimiento.** La Universidad de Oviedo y los Centros

Tecnológicos tiene equipos investigadores de gran calidad, algunos de cuyos resultados podrían ser aprovechados para poner en marcha iniciativas empresariales, por lo que difundir y acercar esos resultados a potenciales emprendedores ayudaría a la creación de ese tipo de empresas.

- **Crear, en colaboración con la Universidad y los Centros Tecnológicos, un programa formativo específico para animar la creación de empresas por grupos de investigadores.** Si la medida anterior pretendía fundamentalmente la transferencia de conocimiento entre los centros investigadores y las empresas, esta pretende fomentar específicamente los *Spin-Off*. Se trata de una medida complementaria a las dirigidas a la creación de empresas, de las que se pueden beneficiar igualmente.

4.2.2. Para promover la creación de empleo

- **Formación específica de alto nivel.** Una de las principales barreras a la creación de empleo en este sector es la falta de profesionales suficientemente formados y la falta de oferta formativa de alto nivel adecuada a las necesidades de las empresas, por lo que se recomienda poner en marcha programas consensuados con las empresas, eventualmente a través de sus asociaciones sectoriales.

4.2.3. Para mejorar la competitividad de las empresas del sector

- **Creación de un *Cluster* de servicios avanzados a las empresas.** Un cluster es un grupo de empresas relacionadas sectorialmente, en este caso sería de empresas de servicios avanzados, que se concentran en un determinado lugar geográfico. El aspecto geográfico es una parte muy importante y necesario en la definición de cluster, porque permite diferenciarlo de lo que se conoce como “red de empresas”, que es la cooperación entre empresas que no están localizadas en un mismo lugar. Se ha demostrado que los cluster son semilleros donde nacen ideas y tecnologías “radicales”, nuevas, mientras que las redes sirven para mejorar la tecnología

⁴ La *Red Española de Business Angels (BA)* define a esta figura como inversores individuales (empresarios, directivos de empresas,...) que, a título privado, aportan capital, capital y conocimientos técnicos, o capital, conocimientos técnicos y red de contactos personales a emprendedores que quieren poner en marcha un proyecto empresarial (capital semilla), empresas que se encuentran en el inicio de su actividad (capital de inicio), o empresas que han de afrontar una fase de crecimiento con el objetivo de obtener una plusvalía a medio plazo en un proyecto empresarial de gran éxito, disfrutando del espíritu que caracteriza el desarrollo de nuevas empresas y proyectos y transfiriendo sus conocimientos a jóvenes emprendedores.

⁵ Las *Spin-Off* son empresas que se crean en el seno de otra empresa o entidad ya existente, normalmente como iniciativa de algún empleado de la misma. La gran mayoría de las *Spin-Off* nacen de las universidades o los centros de investigación públicos. Estas empresas o entidades de las que surgen hacen la función de matriz o incubadora y sirven de apoyo para el despegue de las *Spin-Off*.

existente. Los cluster parecen tener una mayor importancia para las economías locales que las redes, porque permiten incrementar los beneficios de las empresas que lo componen, puesto que:

Fomentan las exportaciones.

Refuerzan las ventajas competitivas de las empresas.

Potencian la innovación.

Aceleran la difusión del conocimiento.

Potencian el crecimiento a partir del uso intensivo en tecnología.

Incrementan la productividad de los factores de las empresas.

Todos estos factores en los que inciden los cluster son las principales debilidades del sector de servicios avanzados en el Corredor y en Asturias y, por ello, una política en este sentido puede resultar de un gran interés para potenciar el sector.

- **Ayudas a la incorporación de personal investigador a la empresa.** Los resultados del trabajo de campo apuntan a que la incorporación de nuevo personal es la principal fuente de renovación e incorporación de nuevo conocimiento a las empresas de servicios avanzados. Además, se ha detectado una cierta debilidad en la generación de innovación, de conocimiento especializado y de nuevos servicios entre las empresas de servicios avanzados. Facilitar la incorporación de personal investigador es clave para mejorar la competitividad del sector.
- **Promover la asistencia a congresos y ferias internacionales del sector.** Un factor clave para la competitividad de las empresas de servicios es poder innovar, incorporar nuevos servicios a su oferta, y estar atentos a la producción de los conocimientos más avanzados. Junto a la incorporación de personal cualificado, la posibilidad de estar en contacto con empresas a nivel internacional es clave para la generación de innovación.
- **Fomentar la participación de empresas en proyectos de cooperación con empresas internacionales.** La internacionalización de las empresas de servicios avanzados es compleja, pero, a largo plazo, es imprescindible para mejorar la competitividad del sector. Una de las vías clásicas de la internacionalización es la progresiva participación en consorcios internacionales para acceder a otros mercados. La cooperación, como la inversión, es un elemento clave para avanzar en estos procesos.
- **Fomentar el aprendizaje de idiomas.** El dominio del inglés es sin duda un elemento fundamental para la mejora de la competitivi-

dad de las empresas de servicios avanzados, ya que facilita la absorción de conocimiento especializado, la transferencia de tecnología y la propia internacionalización de las empresas. Nuestro estudio ha detectado una importante laguna en el conocimiento de idiomas entre las empresas del sector.

- **Promover la implantación de sistemas de calidad y la innovación en las empresas que ofrecen servicios avanzados.** Las certificaciones de calidad no se han difundido entre las empresas de servicios al mismo ritmo que entre las empresas industriales, y de hecho son muchas las que no cuentan con ningún tipo de certificación.
- **Ayudar a la creación de marca por las empresas de servicios avanzados.** La creación de marca que respalde la calidad y fomente la demanda de servicios es uno de los mecanismos para impulsar el desarrollo del sector. Una vía para ello podría ser la creación de un *catálogo de empresas* que ofrecen estos servicios. Para formar parte de este catálogo se han de elaborar una serie de indicadores objetivos que permitan medir la calidad de los servicios prestados de las empresas de tal manera que cualquier empresa que demande un servicio avanzado pueda acudir a un catálogo donde están empresas que han demostrado una calidad de sus servicios. Esta idea ya se está produciendo en algunas Comunidades Autónomas –por ejemplo, País Vasco, Cataluña o Navarra–, también es común cuando se crean asociaciones empresariales que quieren mantener una “imagen de calidad” –por ejemplo empresas vinculadas al turismo– y que exigen unos parámetros de calidad a las empresas tanto que están dentro como las que quieren entrar en la asociación.

4.2.4. Para promover la creación de empresas por colectivos con dificultades de inserción laboral y su incorporación a las empresas de servicios avanzados

Teniendo en cuenta el objeto específico de Equal, vamos a abordar con mayor detalle las posibles medidas para la inserción de colectivos con dificultades de inserción. Como ya se ha advertido anteriormente, **se trata de un sector caracterizado por contar con recursos humanos de alta cualificación** de acuerdo con la caracterización recogida en el punto B.1.4. Ante estos perfiles es **difícil encontrar potenciales nichos de mercado para personas que tienen problemas de inserción laboral**. Ahora bien, se podría hacer una distinción muy importante entre

estos colectivos, desde una perspectiva amplia y abierta.

Por un lado, aquellas que tienen problemas de inserción laboral debidas a que tienen una formación muy escasa, porque son parados o paradas de larga duración, porque tienen más de 45 años, o porque presentan serias dificultades para adquirir nuevos conocimientos y, por tanto, adaptarse a los cambios que en muchas ocasiones exige el mercado laboral.

De otro lado, también existen personas, fundamentalmente mujeres, inmigrantes y determinadas minorías étnicas, que pueden responder de una manera amplia al perfil enunciado –elevada formación y habilidades para el desempeño de una actividad en un sector como el de servicios avanzados– pero que, por razones de discriminación, culturales o sociales tienen mayores barreras para la incorporación a este tipo de empresas o para crearlas ellos mismos. Este dato lo pone de manifiesto el hecho enunciado en este trabajo donde tan sólo el 20% de las empresas en este sector en Asturias son gestionadas y promovidas por mujeres, un porcentaje que en la Unión Europea oscila entre el 16% de Irlanda y el 40% de Portugal.

- **Para el primer colectivo existen claras dificultades para diseñar políticas de inserción que no pasen por la formación.** Una formación que tiene que tener las características de ser específica y de larga duración. Específica porque lo más adecuado parece que es formar a estas personas en aquellas tareas que requieran de un conocimiento más estandarizado y que, sin embargo, son igual de importantes para el desarrollo de la actividad, existen múltiples ejemplos: tratamiento de la información de los trabajos de consultoría, formación para el desarrollo de determinadas áreas de los trabajos de campo típicos en estos sectores, apoyo en el control y gestión económica-financiera de los proyectos de la empresa, comercial, etcétera. Por lo tanto, algunas propuestas que se pueden plantear para estos colectivos son las siguientes:
- **Incentivos fiscales para las empresas que los contratan y campañas de información pública.** La cohesión social en los territorios es un indicador del desarrollo de las sociedades y se precisa hacer campañas de publicidad e información que lo fomenten entre las empresas. No obstante, hay que diseñar una serie de incentivos económicos para que las empresas contraten a personas con estos problemas de inserción laboral, para que estén dispuestas a formar

tanto interna como externamente en la organización a estas personas y conseguir su inserción.

- **Diseño de cursos de formación específicos para el desarrollo de actividades dentro del sector.** A través de las organizaciones empresariales del sector, de las Cámaras de Comercio, y llegando a acuerdos, tanto con la Universidad, como con centros educativos de Formación Profesional, se podría poner en marcha un abanico muy selecto de cursos formativos dirigidos a personas con problemas de inserción laboral en materias de medio-alto conocimiento: ofimática, contabilidad, psicología, técnicas comerciales, herramientas estadísticas básicas, nociones de economía y gestión, de ingeniería, de nuevas tecnologías, etc. El objetivo, como se decía anteriormente, es plantear una estrategia de formación para que estas personas puedan desarrollar los procesos más maduros y estandarizados dentro de las empresas, porque es ahí donde tienen más ventajas para su contratación y continuidad.
- **Para promover la creación y contratación en las empresas de servicios avanzados de mujeres, inmigrantes y colectivos étnicos** se podrían destacar algunas medidas a la luz de las sugerencias que la Comisión Europea ha mostrado en este campo y el desarrollo de *buenas prácticas* que se están llevando a cabo en otros territorios. Muchas de las barreras para la creación de empresas de estos colectivos son barreras, pero menos intensas, para la mayoría de la población, por ello, muchas de las actuaciones previstas también servirían para cubrir unos objetivos más amplios. Estas actuaciones pasarían por distintos ámbitos:
 - **Reducción de los trámites burocráticos. Creación de una ventanilla única para creación de empresas en el Corredor Siderúrgico.** Se trata de crear un centro de gestión empresarial que facilite la creación de nuevas empresas, fundamentalmente de servicios, en el Corredor Siderúrgico. Este centro reuniría a los departamentos públicos responsables de los diferentes trámites necesarios para registrar una nueva empresa (relativos, por ejemplo, al estatuto, al registro mercantil y a la oficina de la seguridad social). El objetivo sería reducir el número de trámites burocráticos, o concentrarlos en un único lugar, para facilitar la creación de empresas. Esto exige una cooperación institucional entre los distintos municipios del Corredor, donde algunos de ellos ya tienen una

mayor experiencia en este tipo de actuaciones.

El propio *Libro Verde de la Comisión Europea* dice textualmente que “Las empresarias se enfrentan a las mismas dificultades que los empresarios, pero, en ocasiones, como ocurre con la obtención de financiación, estas dificultades son más graves en el caso de las mujeres. Además, a menudo éstas carecen de la confianza y las competencias necesarias para poner en marcha una empresa con éxito. Ello obedece a diversas razones, como la elección de la actividad, la falta de información, la posibilidad de discriminación, la falta de redes y las dificultades que implica combinar el trabajo con las obligaciones familiares”. Por ello, podrían ser realmente útiles actuaciones de esta magnitud.

- **Creación de un centro de asesoramiento empresarial para mujeres.** Consultoras empresariales para mujeres, en cuyo marco las potenciales empresarias reciben asesoramiento y asistencia no financiera de consultoras. Así se responde a la preferencia, de muchas mujeres que desean dirigir una empresa, de ser asesoradas por otras mujeres. Las consultoras asesoran en cuestiones empresariales y en otras más generales, como el modo de combinar la vida familiar y la dirección de una empresa.
- **Intercambio de experiencias de mujeres empresarias.** Al hilo de la propuesta anterior, se puede fomentar el intercambio de experiencia entre mujeres que son empresarias, a través de seminarios, jornadas, publicaciones, etc.

- **Acceso a financiación.** Una cooperación institucional de todos los Ayuntamientos del Corredor Siderúrgico podría favorecer la creación de microcréditos, fondos de capital riesgo que, aunque no fueran de una gran magnitud económica –porque se trata de un sector que no precisa de elevadas inversiones físicas–, podría estar orientado a la creación de empresas de servicios avanzados por mujeres dentro del espacio del Corredor. Asimismo, las instituciones locales, como se hace en muchas regiones europeas, pueden tratar de alcanzar acuerdos con entidades financieras que faciliten los trámites y las condiciones de los créditos bancarios. La Comisión Europea en este campo se muestra partidaria de las Sociedades de Garantía Recíproca.
- **Fomento del asociacionismo.** Un dato fundamental es que las mujeres tienen una menor participación en las asociaciones empresariales. Un objetivo complementario a todos los anteriores es el de potenciar que las mujeres empresarias participen de manera activa en las asociaciones sectoriales, y para ello se podrían explotar más intensamente los recursos y las acciones que a escala Europea promueve la *Red Wes- Red Europea de Apoyo a las Mujeres Empresarias*-, que reúne a los funcionarios responsables de la promoción de las empresarias y que facilita los intercambios de mejores prácticas en política de fomento del espíritu empresarial entre las mujeres. El espacio del Corredor Siderúrgico podría dedicar Recursos Humanos y planificar acciones para la obtención de recursos y actuaciones que son promovidas por esta red europea.



EMIP

Sector Medioambiental
corredor siderúrgico



0.	Objetivos	105
1.	Ámbito del estudio	105
2.	Dificultades de partida	106
	2.1. Dificultad de definición y dispersión de información	106
	2.2. Diferentes clasificaciones	107
	2.3. Clasificación adoptada en el presente estudio	107
3.	Metodología	108
	• Primera fase	108
	• Segunda fase	108
	• Tercera fase	108
4.	Perfil de empresas del sector medioambiental en el Corredor Siderúrgico	108
5.	Resultados de las encuestas desde el punto de vista de la Oferta	109
	Factores analizados	109
	Resultados	109
6.	Resultados de las encuestas desde el punto de vista de la Demanda	110
	Perfil de la Clientela	110
	Demanda actual	110
	Tendencias	110
7.	Resultados de entrevistas a instituciones y empresas	111
	Punto de vista de la Oferta	111
	Punto de vista de la Demanda	111
8.	DAFO	112
	(I) Debilidades	112
	(II) Amenazas	113
	(III) Fortalezas	113
	(IV) Oportunidades	114
9.	Conclusiones	115
10.	Recomendaciones	117

0. Objetivos

La actividad medioambiental se ha convertido en los últimos años en materia de creciente actualidad a todos los niveles. Las noticias referidas a la paulatina degradación medioambiental preocupan de manera creciente a la sociedad.

A esta realidad no es ajeno el hecho de que sea unánime el criterio de que el Medio Ambiente condiciona el futuro económico, político y social en nuestras ciudades, países y regiones. La Calidad de nuestro Medio Ambiente condiciona de manera directa nuestra calidad de vida, a corto, medio y largo plazo.

El debate originado en los últimos años en los citados ámbitos (económico, político, social...) se está viendo reforzado por el creciente número de acontecimientos, hechos e investigaciones que confirman los ritmos anormalmente acelerados de degradación medioambiental de nuestro planeta (huracanes y tifones en USA y Asia central, de mayor frecuencia e intensidad, o la pertinaz sequía de nuestro país, la mayor de los últimos 120 años), incrementan la sensibilización de la población hacia las cuestiones medioambientales, permitiendo avanzar hacia un planteamiento político de soluciones globales y

conjuntas en las que todos los países y estados compartan líneas de actuación y estrategias globales. Kyoto es el escenario elegido.

En este marco general, los objetivos del presente estudio son:

- Contribuir a un mayor conocimiento del Sector Medioambiental desde la perspectiva empresarial y de la creación de empleo.
- Revelar las tendencias y oportunidades empresariales y de creación de empleo en un sector con una gran variedad de actividades y servicios.
- Ofrecer una perspectiva de análisis de las características, dificultades, perspectivas y necesidades de las empresas que participan del Sector Medioambiental en el Corredor Siderúrgico y en Asturias.

1. Ámbito del Estudio

El espacio denominado "Corredor Siderúrgico" comprende siete concejos, los cuales participan de una misma realidad territorial en todas sus dimensiones.

Los concejos son los siguientes:

Avilés
Carreño
Castrillón
Corvera
Gijón
Gozón
Illas



El conjunto de los municipios representan el 4,5% de la superficie del Principado de Asturias, 484 Km², y alberga al 38,7% de la población del mismo, 415.975 personas¹.

Estos concejos se localizan en la costa central del Principado de Asturias y conforman un espacio de un alto grado de uniformidad, el cual se articula en torno a los dos principales ejes urbanos: Avilés y Gijón. La ubicación de estas

dos ciudades en los extremos oeste y este respectivamente permite definir a este territorio como un "Corredor". Más concretamente al referirnos a este territorio se suele utilizar la expresión "CORREDOR SIDERÚRGICO", concepto definitorio de este espacio a través de sus dos grandes variables identificatorias: su disposición física y su especialización económica en el sector siderúrgico.

¹ SADEI 2004.

Las cifras de empleo por rama de actividad nos permiten caracterizar socioeconómicamente el Corredor Siderúrgico. El territorio presenta una sólida estructura industrial creada en su mayoría alrededor del sector metalmeccánico. También destaca la importancia de otras ramas

industriales pesadas (química o transformación de minerales no metálicos).

A pesar del peso que tiene el empleo industrial (uno de los mayores de Asturias), es el sector servicios el que representa más del 65% del total. El empleo en el sector servicios es mayoritario igualmente en el ámbito regional.

ESTRUCTURA DEL EMPLEO SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA. AÑO 2004					
	ASTURIAS		CORREDOR SIDERÚRGICO		
	Empleos	% por rama	Empleos	% por rama	% del empleo regional
TOTAL	388.971	100	144.087	100	37,0%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	25.509	6,6%	3.128	2,2%	12,3%
Industria	60.981	15,7%	28.441	19,7%	46,6%
Industrias extractivas	6.707	1,7%	496	0,3%	7,4%
Industrias de alimentación, bebidas y tabaco	7.763	2,0%	1.706	1,2%	22,0%
Industria química	2.300	0,6%	1.419	1,0%	61,7%
Otros productos minerales no metálicos	4.244	1,1%	1.994	1,4%	47,2%
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	18.515	4,8%	13.821	9,6%	74,6%
Otras industrias transformadoras de los metales	9.532	2,5%	4.623	3,2%	48,5%
Otras industrias manufactureras	9.657	2,5%	3.767	2,6%	39,0%
Electricidad, gas y agua	2.283	0,6%	615	0,4%	26,9%
Construcción	43.670	11,2%	17.844	12,4%	40,9%
Servicios	258.811	66,5%	94.674	65,7%	36,6%
Comercio y reparación	70.484	18,1%	27.821	19,3%	39,5%
Hostelería	25.519	6,6%	9.629	6,7%	37,7%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	22.159	5,7%	8.217	5,7%	37,1%
Intermediación financiera y servicios empresariales	42.417	10,9%	13.664	9,5%	32,2%
Educación y sanidad	50.344	12,9%	18.033	12,5%	35,8%
Otros servicios	47.888	12,3%	17.310	12,0%	36,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos SADEI. Estadísticas laborales

Desde el punto de vista socio-laboral, presentamos seguidamente la evolución del empleo en el territorio del Corredor Siderúrgico, por comparación con la situación en el resto de Asturias.

El perfil industrial del territorio, la presencia de industrias transformadoras y químicas y la existencia de las mayores infraestructuras portuarias de la región dentro del ámbito del Corredor Siderúrgico, deberían ser factores que dieran lugar a una mayor actividad de tipo medioambiental. El presente trabajo analiza la situación de las empresas que desarrollan actividad medioambiental en el territorio del Corredor Siderúrgico y su potencial de desarrollo.

Para ello, una vez ordenadas y clasificadas las actividades medioambientales (lo cual exige un primer esfuerzo de determinación del ámbito y alcance de las actividades medioambientales, diferenciando éstas de otras actividades que no pue-

den considerarse como tal), analizaremos la actividad empresarial en el sector medioambiental desde una perspectiva territorial (en los municipios del Corredor Siderúrgico), sin perder de vista las referencias a la situación en la UE y en España y en Asturias.

2. Dificultades de partida

2.1. Dificultad de definición y dispersión de información

El acotamiento y definición del Sector Medioambiental, desde el punto de vista económico y empresarial, es todavía una asignatura pendiente, tanto a nivel público como privado (empresas). En realidad puede decirse que el Sector Medioambiental se encuentra en proceso de definición continua y, por lo tanto, todavía sin acotar.

EVOLUCIÓN DEL EMPLEO SEGUN RAMAS DE ACTIVIDAD ECONOMICA (1996-2004)				
	% del empleo por ramas (1996)		Variación % 2004-1996	
	Asturias	Corredor	Asturias	Corredor
TOTAL	334.958	114.713	16,1%	25,6%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	14,7%	4,9%	-48,1%	-44,5%
Industria	18,7%	24,2%	-2,8%	2,5%
Industrias extractivas	4,3%	0,9%	-52,9%	-53,3%
Industrias de alimentación bebidas y tabaco	2,4%	2,2%	-2,9%	-31,8%
Industria química	0,7%	1,3%	-0,4%	-5,7%
Otros productos minerales no metálicos	1,0%	1,6%	21,0%	11,4%
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	4,7%	10,8%	18,6%	11,8%
Otras industrias transformadoras de los metales	2,2%	3,5%	29,5%	15,0%
Otras industrias manufactureras	2,5%	2,6%	15,3%	24,0%
Electricidad, gas y agua	1,0%	1,3%	-31,9%	-57,6%
Construcción	10,0%	12,4%	30,9%	25,3%
Servicios	56,6%	58,5%	36,4%	41,1%
Comercio y reparación de vehículos y artículos personales	16,1%	17,8%	30,7%	36,0%
Hostelería	7,2%	7,9%	5,2%	6,7%
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5,3%	5,1%	25,5%	40,0%
Intermediación financiera y servicios empresariales	7,8%	7,0%	61,9%	69,7%
Educación y sanidad	10,8%	11,0%	39,1%	43,3%
Otros servicios	9,4%	9,7%	52,0%	55,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos SADEI. Estadísticas laborales

En este sentido los intentos por hacerlo quedan desvirtuados por las diferentes estructuras y clasificaciones formales que se utilizan para encuadrar las actividades empresariales relacionadas con dicho campo. Así, puede decirse que existen numerosas empresas cuyas actividades pudieran tener un componente medioambiental pero que, sin embargo, no se puede afirmar, ni tampoco desmentir, que desarrollen una actividad propia medioambiental.

Este es el motivo por el cual no existen fuentes de información integradas (ya sean públicas o privadas) que permitan realizar un análisis completo y ordenado del sector. Las dificultades inherentes a su definición y delimitación dificultan la comparación estadística (falta de homogeneidad en los datos), toda vez que estos datos dependen, en gran medida, de las hipótesis de trabajo de partida y de lo que se considere o no como actividad empresarial medioambiental.

2.2. Diferentes clasificaciones

- I. Estructura del sector ambiental del Environmental Business International (EBI).
- II. Clasificación de la industria ambiental según el Manual OCDE/Eurostat, 1999.
- III. Composición del mercado ambiental (Ministerio de Medio Ambiente, 2001).

- IV. Clasificación de empresas de Oferta Ambiental en España según el Ministerio de Empleo y Desarrollo Tecnológico, 1998.
- V. Clasificación del estudio "Empleo y formación en el sector del medio ambiente en España" (Ministerio de Medio Ambiente año 2000).
- VI. Clasificación utilizada en el estudio de la Junta de Andalucía 2003.
- VII. Clasificación de actividades del INE.

2.3. Clasificación adoptada en el presente estudio

1. Empresas relacionadas con la gestión, aprovechamiento y saneamiento del agua.
2. Empresas relacionadas con la gestión de residuos, reciclaje y recuperación de componentes.
3. Empresas de consultoría y servicios medioambientales.
4. Empresas de fabricación y venta de instalaciones y equipos.
5. Empresas relacionadas con el aprovechamiento de recursos forestales.
6. Eficiencia energética y cambio de modelo energético.
7. Agricultura ecológica.

3. Metodología

Primera fase

Localización de las bases de datos públicas y privadas de empresas relacionadas con la actividad empresarial medioambiental (dispersas y con diferentes estructuras):

- 272 empresas en Asturias.
- 95 empresas en Corredor Siderúrgico.
- Elevada dispersión de actividades (pocas empresas para cada actividad).

Realización de 41 encuestas a una muestra de empresas del sector, lo que representa el 50% del total de empresas identificadas.

Características de la encuesta:

Ámbito espacial: Corredor Siderúrgico.

Tipo de investigación: Investigación muestral.

Universo: empresas del Sector Medioambiental ubicadas en los municipios que forman el Corredor Siderúrgico.

Marco de muestreo: Listado de empresas del Sector Medioambiental ubicadas en el Corredor.

Unidad de investigación: Empresas del Sector Medioambiental, constituidas bajo cualquier clase de forma jurídica, ubicadas en el Corredor.

Tipo de muestreo: El tipo utilizado es el muestreo probabilístico (muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional según Subsector de Actividad).

Método de explotación, tabulación y análisis de los resultados obtenidos:

Para la edición de los materiales –cuestionarios– se ha utilizado el programa informático Word. La tabulación de los datos se ha realizado en un archivo de datos del programa SPSS v.12.0. Previamente se han definido las variables en dicha herramienta (nombre, etiqueta, valores, escala de medición, etc.) para posteriormente realizar el análisis de la información.

Diseño de los cuestionarios: El cuestionario fue desarrollado para atender a los objetivos de investigación del trabajo.

Elección del método de observación y del modo de administración del trabajo de campo: El método de observación elegido es la encuesta, y el modo de administración difiere según:

- En una primera etapa, se realizaron entrevistas personales.
- En una segunda fase se completa con cuestionarios enviados por fax o e-mail, para aquellas empresas que no ha sido posible recabar el cuestionario cumplimentado.

Segunda fase

Realización de 10 entrevistas a instituciones

públicas y empresas de ámbito nacional de los siguientes grupos de actividad:

- *Tratamiento, transformación y aprovechamiento de residuos y subproductos orgánicos;*
- *Desarrollo, instalación y explotación de sistemas energéticos solar y fotovoltaico; y,*
- *Recuperación, reciclado y destrucción de residuos informáticos y equipos.*

Tercera fase

Análisis estadístico (se dedica un epígrafe para cada uno de los factores relevantes objeto de encuesta) desde una perspectiva múltiple, primando el enfoque de la creación de empresas y de empleo, diferenciándose entre características de la OFERTA y de la DEMANDA.

Elaboración de DAFO, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4. Perfil de empresas del sector medioambiental en el Corredor Siderúrgico

De los 95 registros válidos obtenidos para el Corredor Siderúrgico, y que han servido como base para la selección de la muestra, se pueden extraer las siguientes observaciones:

1. El mayor porcentaje de empresas analizadas está localizado en Gijón (62%), seguido de Avilés (15%).
2. Los grupos de actividad más destacados corresponden a la actividad de *consultoría y asesoría técnica medioambiental* (44%) a *gestión de residuos, reciclaje y recuperación de componentes* (18%).
3. Del total de las subdivisiones realizadas en nuestra clasificación de actividades medioambientales, en el Corredor Siderúrgico quedan sin cubrir diversos tipos de actividades. La ausencia de actividad empresarial registrada en determinados subgrupos puede reflejar diversas situaciones que deben considerarse en su conjunto:
 - * La incidencia en la actividad por cuenta propia en el sector.
 - * La inexistencia de mercado potencial para justificar el inicio de una actividad empresarial.
 - * La presencia de empresas próximas al ámbito geográfico del Corredor Siderúrgico, aunque fuera de sus límites geográficos, que proporcionen servicios en dicha zona.
 - * La detección de una oportunidad empresarial a corto o medio plazo. Concretándose en las 41 empresas encuestadas la distribución por subsectores es la que se muestra en el siguiente gráfico.

5. Resultados de las encuestas desde el Punto de Vista de la Oferta

Factores analizados

- Actividad principal y secundaria
- Año de fundación
- Instalaciones y localización
- Dificultades para la puesta en marcha
- Perfil de la persona promotora
- Perfil de la plantilla
- Evolución de la plantilla
- Evolución de la facturación
- Aprovisionamiento y subcontratación
- Fórmulas de comercialización
- Perspectivas y oportunidades de negocio
- Competitividad y competencia
- Tendencias y crecimiento del Sector
- Existencia de barreras de entrada al sector
- Desarrollo de la actividad empresarial
- Perfiles profesionales demandados

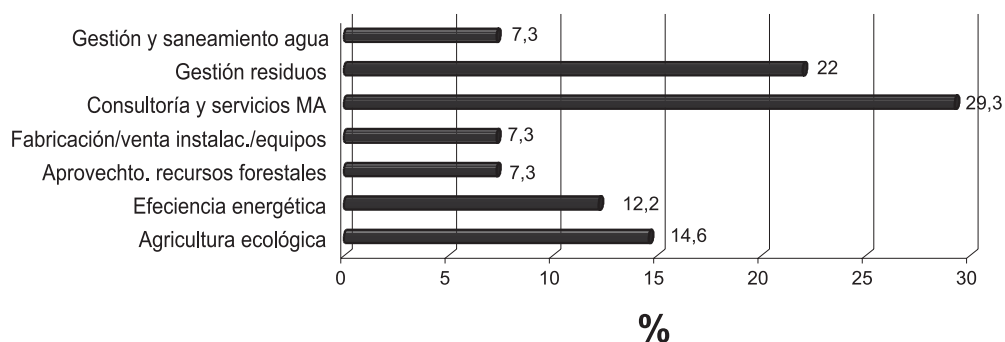
Resultados

A la vista de los resultados del trabajo de campo, del análisis de todos los datos, y de las entrevistas, resulta palpable que la oferta se caracteriza por una importante dispersión y variación de actividades, dimensiones, estructuras de empresa y tipología de servicios, lo cual corresponde a un sector con altos niveles de indefinición, en donde los “*Servicios de consultoría e ingeniería medioambiental*” son los que presentan un mayor nivel de estructuración. En definitiva, el sector Medioambiental en el Corredor Siderúrgico se caracteriza por su gran diversidad en las modalidades de servicios.

- **Atomización** (85% PYMES) versus concentración en sectores determinados como “*Gestión de aguas*”, “*Recogida y tratamiento de residuos urbanos*” y “*Sector energético*”.

- **Juventud relativa.** Más del 40% de las empresas han sido fundadas con posterioridad al año 2000. Entre las personas promotoras y cargos directivos predominan los varones (77%), pero mayor cualificación de la mujer. El 56% de las personas promotoras tienen entre 31 y 50 años. En la plantilla predomina el empleo masculino no siendo excesivamente joven ya que la mitad de las personas tienen entre 36 y 50 años.
- **Evolución positiva del empleo.** El mayor crecimiento se da entre las empresas creadas desde el año 2000 y con plantillas entre 9 y 49 personas. Un 11% experimenta un crecimiento notable en su plantilla (más del 15% de empleos). El mayor incremento en la plantilla se produce en los sectores de “*Aprovechamiento de recursos forestales*”, “*Consultoría MA*” y en el de “*Gestión de residuos*”.
- **Buen nivel de formación y receptividad a las acciones de formación.** Solo un 5% de las empresas declaran no participar en acciones formativas. El 47% afirma que estas acciones formativas son promocionadas por alguna institución pública. En este sentido, un 23% de las empresas comenta haber tenido que recurrir a soluciones internas de formación para las necesidades de personal.
- **Baja aplicación de las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral.**
- **Buenos niveles de vinculación al territorio.** El 75% de las empresas afirman no tener planes de traslado.
- **La principal dificultad de las empresas es la financiación.** Le siguen la falta de ayudas y la dificultad para encontrar personal cualificado.
- **Evolución positiva de la facturación.** El 64% de las empresas se ha mantenido en el mismo intervalo de facturación, un 4% ha disminuido (se ha situado en un intervalo de facturación menor) y un 32% ha aumentado (en

% empresas encuestadas según subsector de actividad



la mayoría de los casos pasa al siguiente intervalo de facturación).

- **Los grupos de actividad que más han crecido (facturación) pertenecen a los sectores de “Consultoría y servicios medioambientales”,** seguido por los incluidos en el sector de “Aprovechamiento de recursos forestales” y en el de “Gestión de residuos”.
- **Presencia internacional baja.** Las ferias a las que mayoritariamente acuden las empresas (65%) se celebran en el resto de España, y un 20% en el extranjero. Esto pone de manifiesto su interés por expandir sus negocios fuera del territorio de Asturias. Por su parte, sólo el 19% de ellas dispone de empresas proveedoras en el extranjero. La dimensión de las empresas condiciona en gran medida la planificación internacional y su proyección hacia mercados exteriores.
- **El principal factor de crecimiento es la actuación de las Administraciones Públicas por medio de la generación de normativa ad-hoc y de su aplicación efectiva.** En segundo lugar se apunta a la necesidad de ayudas (subvenciones) a inversiones y proyectos y, en tercer lugar, a la sensibilización en temas medioambientales.

6. Resultados de las encuestas desde el Punto de Vista de la Demanda

Perfil de la Clientela

PERFIL DE LA CLIENTELA	%
EMPRESAS INDUSTRIALES	80,5%
MAYORISTAS	9,8%
TIENDAS ESPECIALIZADAS	2,4%
MINORISTAS	7,3%
ADM Y EMPRESAS PÚBLICAS	53,7%
PARTICULARES	39,0%
Total empresas encuestadas	41

Nota: Respuesta múltiple. Fuente: Elaboración propia.

Demanda actual

1. La clientela está formada principalmente por la Industria y la Administración

El 80,5% de las empresas declaran tener como clientela a las empresas e industrias, el 53,7% a la Administración y el 39% a particula-

res. No obstante el porcentaje de las que destinan sus servicios a particulares debe considerarse inferior al que refleja la estadística ya que algunos de los grupos de actividad como el energético, la gestión de aguas o la gestión de residuos urbanos, consideran que las personas usuarias son la verdadera clientela del servicio si bien, en gran medida, es la Administración la que impone, planifica y establece las condiciones de prestación de los servicios.

2. La Administración y la Industria son la mayor clientela con gran diferencia frente al resto de alternativas

El 80,5% de las empresas declaran tener como clientela a las empresas e industrias, el 53,7% a la Administración y el 39% a particulares.

No obstante, las Administraciones Públicas condicionan de forma directa o indirecta la actividad empresarial en el sector ya que ejerce la capacidad normativa y el control, canaliza las demandas sociales y tiene la capacidad para realizar campañas institucionales y promover subvenciones orientadas al desarrollo de la actividad empresarial en el sector medioambiental.

Las Administraciones Públicas deben considerarse pues la principal clientela y quienes prescriben fundamentalmente la actividad empresarial en el sector medioambiental al corresponderles:

- *El ejercicio de la capacidad normativa orientada al sector (normativa = catalizador).*
- *La facultad de controlar y sancionar.*
- *La capacidad de canalizar las principales y más importantes demandas sociales en materia de servicios de naturaleza medioambiental.*
- *La capacidad de realizar campañas institucionales y de publicidad orientadas al sector.*
- *La programación y concesión de ayudas y subvenciones orientadas al desarrollo de la actividad en el sector.*

Tendencias

1. Previsiones positivas

El 44% cree que el sector está creciendo mucho, el 23% que se mantiene con un crecimiento estable, y un 33% que está creciendo, pero a un ritmo bajo. El mayor condicionante es la legislación.

2. Es uno de los sectores con mayores expectativas de crecimiento

El desarrollo del sector en España se encuentra por debajo de otros países de la UE, por lo que se espera un mayor crecimiento y creación de empleo que en éstos. Asturias y el Corredor Sidérgico presentan un desarrollo intermedio en el contexto nacional por lo que igualmente cabe

esperar un crecimiento sostenido y continuado en el sector. Una de las ventajas del Sector Medioambiental, desde el punto de vista de la iniciativa empresarial, es que resulta impensable una reducción de la actividad y sólo puede contemplarse un escenario de mayor desarrollo y crecimiento. En este sentido, la creencia mayoritaria es que queda mucho camino por recorrer en materia de Medio Ambiente y, por lo tanto, mucho espacio de crecimiento para las empresas.

3. Elevado potencial de creación de empleo autónomo

El Sector medioambiental se decanta, en sus preferencias, por apoyar su crecimiento en la contratación de personas autónomas, en segundo lugar se encuentra la ampliación de plantillas. Esto es un reflejo de la pequeña dimensión media de las empresas del sector y de la gran diversidad de actividades que desarrollan. Las empresas no son partidarias de la contratación de otras empresas (subcontratación) para ejecutar sus contratos y prefieren la contratación de personal autónomo. Esta solución se presenta pues como la fórmula preferida para absorber incrementos de actividad empresarial en este sector.

4. Actividades que experimentarán un mayor crecimiento

A corto y medio plazo: “*Gestión de residuos urbanos e industriales*”, y “*Consultoría y servicios orientados a la calidad y el Medio Ambiente y formación en materia medioambiental*”.

A medio y largo plazo: “*Energías alternativas*” (especialmente biomasa y eólica) e *I+D+I* en materia de eficiencia y aprovechamiento energético (tecnologías del hidrógeno). Actividades que seguirán experimentando incremento en la demanda: *Servicios forestales* relacionados con la prevención y limpieza, recuperación de espacios degradados, *Gestión del agua*.

5. Los perfiles profesionales más demandados serían (principalmente personas autónomas):

- Conductores o conductoras con o sin ADR (transporte de mercancías peligrosas).
- Peones para recogida de residuos.
- Operadores u operadoras de instrumentación industrial y maquinaria (mediciones, limpieza de bosques).
- Mozos o mozas de almacén y para trabajar en labores de compactación de residuos y transvase de líquidos.
- Peones, maquinistas y leñadores o leñadoras.
- Fontaneros/as, mecánicos/as y electricistas y soldadores/as.
- Jardineros/as.

7. Resultados de entrevistas a instituciones y empresas

Punto de vista de la Oferta

- Biomasa puede crecer en Asturias. El sector eléctrico asturiano se encuentra comprometido con el desarrollo de energías renovables aunque son muy escasas las actuaciones en esta materia.
- La energía eólica ofrece en el Corredor Siderúrgico (y en Asturias) un importante potencial de desarrollo. Asturias no presenta las mejores condiciones para el desarrollo de parques industriales de generación de energía fotovoltaica. A nivel de soluciones residenciales (soluciones energéticas domésticas), Asturias presenta un cierto déficit respecto a otras regiones en las que se interviene desde el inicio mismo de la promoción urbanística mediante normativas y requisitos que fomentan las instalaciones de este tipo o imponen medidas en materia de eficiencia energética. Las ayudas públicas destinadas a particulares también deberían mejorar.
- El territorio del Corredor Siderúrgico ofrece interesantes oportunidades de crecimiento empresarial en la medida en que se apoyen iniciativas privadas, pero se precisa un apoyo firme desde las Administraciones Públicas a dichas iniciativas.
- La posible extensión de un modelo de gestión única o centralizada en materia de reciclado de residuos (urbanos e industriales) se considera una amenaza para el adecuado desarrollo de actividades empresariales en este grupo. El desarrollo empresarial en actividades relacionadas con el reciclado, valorización o destrucción de residuos urbanos, orgánicos o industriales dependerá de la diversidad de iniciativas privadas.

Punto de vista de la Demanda

- Actividades con mayores expectativas: “*Consultoría*” y el “*Tratamiento de residuos industriales y urbanos* (selección, recuperación y destrucción)”. La anunciada aplicación de la normativa sobre recuperación obligatoria de electrodomésticos y equipos domésticos es una oportunidad todavía desaprovechada (tanto en recogida y valorización-reutilización de componentes, como en destrucción de los residuos). La Biomasa deberá crecer igualmente, pero ello dependerá básicamente de las iniciativas públicas.
- La “*Recuperación de espacios degradados*” se sitúa en cuarto lugar.
- En Asturias no se aprovecha la buena situa-

ción en materia de nuevas tecnologías para liderar el *I+D+I* en materia de Medio Ambiente y cambio de modelo energético. Las Administraciones Públicas deberían fomentar más este campo.

- La demanda de servicios procedente de la población residencial es prácticamente nula. Se puede crear actividad empresarial a partir de la generación de hábitos medioambientales entre la población pero ello depende, esencialmente, de la aplicación efectiva de normas por parte de las distintas Administraciones Públicas y de la inversión en publicidad.
- La publicidad y las campañas de concienciación son fundamentales para incrementar la sensibilidad de la ciudadanía y los cambios de conducta.

8. DAFO

1. Debilidades

a. Sector en proceso continuo de creación, con importantes desequilibrios y contrastes de actividad (actividades muy consolidadas y otras incipientes y en fase de definición)

El Sector Medioambiental presenta unas actividades ya consolidadas y con servicios estructurados frente a otros apenas definidos, lo cual refleja la inmadurez propia de un sector en fase de estructuración. En el primer grupo se encontraría el sector de la “*Gestión de aguas*”, la “*Recogida de residuos urbanos*” o la actividad de “*Consultoría o asesoramiento en Medio Ambiente*”. Frente a estos grupos nos podemos encontrar otros de una gran variabilidad en los niveles de planificación, implantación y definición de servicios, como el *Reciclado/destrucción de residuos urbanos, orgánicos y otros materiales*, o las *Energías alternativas sostenibles*.

b. El desequilibrio entre actividades supone un freno al crecimiento del sector

Esta situación incide desfavorablemente en el desarrollo del sector, ya que:

1. Las distintas Administraciones tienen mayores dificultades para profundizar en el conocimiento y problemáticas singulares de cada uno de los grupos específicos de actividad. De esta forma, se complica la toma de decisiones dirigidas a potenciar el desarrollo del sector en general. Igualmente se ve dificultada la puesta en marcha de iniciativas concretas orientadas a determinados grupos de actividad.
2. En este marco de situación, las distintas Administraciones tienen también mayores

dificultades para definir políticas específicas de subvenciones dirigidas a los diversos subsectores de actividad.

3. El asociacionismo de las empresas (por sus diferencias en las actividades a desarrollar y dimensión) es más dificultoso que en otros sectores, lo cual reduce la capacidad de planificación y definición de estrategias a nivel sectorial.

c. Sector muy dependiente de la actividad normativa

Como ha quedado evidenciado a lo largo del presente estudio, la iniciativa normativa en materia medioambiental es el catalizador primario de la creación de empresas y empleo. Este factor puede ser considerado como una debilidad aunque también, en la medida en que los poderes políticos decidan “expresarse” por medio de normativas más restrictivas, puede representar una oportunidad de desarrollo futuro.

La dependencia normativa del sector se considera una debilidad en el sentido de que la inversión privada (de las empresas) no se produce, generalmente, con antelación a la aparición de las normas o a la certeza de que éstas vayan a ser aplicadas. Esta circunstancia limita el desarrollo del sector.

d. Sector muy dependiente de las Administraciones Públicas

No es exagerado afirmar que el Sector Medioambiental es muy dependiente de las Administraciones Públicas, ya que:

- Las Administraciones Públicas son las principales prescriptoras en el sector medioambiental y su principal clientela.
- Son las encargadas de tramitar las nuevas normas.
- Son las responsables de aplicar, controlar y sancionar la normativa que estuviera en vigor.
- Tienen la capacidad para diseñar actuaciones (ayudas y subvenciones) orientadas al sector.
- Tienen la capacidad para apoyar y promover grandes proyectos medioambientales, asumiendo costes económicos que compensen en ahorro en costes medioambientales que no podrían ser asumidos por la iniciativa privada.

e. Dependencia de los mercados locales

Un 70% de las empresas trabaja en el ámbito local (Corredor Siderúrgico) y solo un 20% participa en actividades comerciales orientadas a la internacionalización. Por la propia naturaleza de algunas actividades, algunas empresas son “cautivas” de la demanda local como algo inevi-



table. No obstante, sería deseable una mayor presencia en otros mercados nacionales e internacionales para todos los grupos de actividad (posibilidad de intercambio de técnicas y experiencias y detección de oportunidades de negocio fuera de nuestra región).

f. Escasez de mano de obra especializada para absorber crecimientos futuros de actividad

La necesidad de mano de obra especializada para el desarrollo de algunas tareas puede ser una dificultad en el caso de que se produzca una mayor actividad normativa orientada al sector. En este sentido las Administraciones Públicas deberían contemplar las cuestiones normativas con carácter previo o contemporáneo a la publicación de normativas orientadas al sector.

g. Baja capacidad de financiación

La dimensión de las empresas no permite grandes inversiones si bien, la mayoría de ellas por su pequeña dimensión, tampoco presentan un nivel de planificación financiera a largo plazo.

En realidad, las incertidumbres que ya hemos citado dificultan la toma de decisiones en materia inversora, toda vez que los retornos de la inversión (cantidad y plazos) no dependen de la actividad de la propia empresa (de la calidad en la prestación de los servicios o de la capacidad para comercializarlos) sino de medidas normativas, por lo que no pueden ser estimadas, a priori.

Por otra parte los grandes proyectos medioambientales exigen importantes inversiones que no son posibles sin apoyos institucionales de largo alcance.

2. Amenazas

a. La presión de las industrias para evitar mayores restricciones

La importante implantación en el Corredor Siderúrgico de empresas industriales de sectores con elevado potencial contaminante (siderúrgico, metal y químico) es una Amenaza para el sector por la presión de éstas para obtener moratorias y aplazamientos en la aplicación restrictiva de normas y, por lo tanto, de la realización de gasto en materia medioambiental.

b. Inaplicación de normativa medioambiental por parte de las empresas

Este efecto se da principalmente entre empresas contaminantes de pequeña dimensión y, en menor medida, en las empresas de mayor tamaño. El control de la aplicación de normativa medioambiental es función de las distintas Administraciones Públicas, que en algunos casos carecen de los medios necesarios para desarrollar su labor. Este

factor incide negativamente en el crecimiento del sector, debilitando todavía más las previsiones inversoras que pudieran realizar las empresas.

c. Temor a la pérdida de empleo en otros sectores

La posible pérdida de competitividad que se argumenta que podría afectar a las empresas contaminantes se presenta como motivo importante para eludir o demorar la aplicación de normas.

d. Desarrollo normativo lento

Un desarrollo normativo lento implica un desarrollo lento del sector.

e. Falta de control sobre la aplicación de las normas en vigor

La falta de medios por parte de las Administraciones Públicas impide un mayor crecimiento del sector (empresas y empleo).

3. Fortalezas

a. Oferta y demanda altamente conectadas

El sector presenta un perfil diverso con grupos de actividad muy atomizados frente a otros muy centralizados. Las empresas de menor tamaño son flexibles y su nivel de inversión en curso no es elevado, adecuándose con rapidez a los cambios en el mercado. Con carácter general, prefieren absorber el crecimiento mediante la contratación de personas autónomas, lo que les proporciona una mayor flexibilidad.

En los grupos de actividad más centralizados (gestión de aguas, energético o recogida de residuos urbanos) la demanda viene asegurada por la necesidad de cubrir la demanda social de determinados servicios. Por todo ello puede considerarse que la oferta y la demanda presentan buenos niveles de conexión en términos generales.

b. Baja dependencia del nivel de renta (particulares) y de los ingresos de las empresas

Las actividades medioambientales, como ya hemos mencionado, vienen muy condicionadas por la actuación normativa de las distintas Administraciones Públicas. En este sentido las actuaciones (obligaciones de hacer o de no hacer) no dependen de la capacidad económica del sujeto obligado. Una vez fijada la obligación (dirigida a particulares o a empresas) la cuestión se reduce a ofrecer la mejor relación calidad-precio en los servicios prestados pero con unas previsiones de capacidad de demanda.



c. Actividad continua y no estacionaria

Las actividades medioambientales en el sector, salvo excepciones, se desarrollan de forma continuada durante todo el año. Los períodos vacacionales suponen una cierta disminución o desplazamiento de actividad en determinados sectores (actividades relacionadas con industrias que reducen su actividad productiva y generación de residuos, descenso o incremento de actividad por desplazamientos demográficos vacacionales, incremento o decremento de generación de residuos y su recogida, variaciones en la demanda de agua, etc...). El sector forestal se presenta como una excepción a la regla, generando actividades especialmente intensas en determinados períodos de riesgo (aproximadamente durante seis meses al año).

d. Buen potencial de crecimiento y buenas perspectivas sectoriales

El Sector Medioambiental presenta buenas perspectivas de crecimiento, especialmente en sectores como la *Gestión de residuos*, la *Consultoría* o el desarrollo de *Energías renovables*. El ritmo de crecimiento depende en gran medida del impulso de las Administraciones Públicas.

e. Potencial de crecimiento irreversible

El crecimiento del sector será estable y, lo que es más importante, es irreversible. Su crecimiento irá parejo al deterioro del Medio Ambiente y al de la sensibilización de la sociedad. En este sentido no se plantea la posibilidad de que las distintas Administraciones Públicas "bajen la guardia" en materia medioambiental sino de que refuercen las medidas en la materia.

f. Buen nivel de formación

El sector presenta unos niveles de formación medio-altos entre el personal directivo con un alto grado de sensibilización en la materia. El conocimiento y experiencia de la plantilla se considera como una de sus principales ventajas competitivas. De todas formas deben mantenerse y reforzarse las iniciativas de formación por parte de las distintas Administraciones Públicas (representan casi el 50% de las acciones formativas orientadas al sector).

g. Experiencia consolidada en materia de "Consultoría medioambiental"

Independientemente del desarrollo empresarial en cada uno de los grupos de actividad analizados, el nivel alcanzado por las empresas de *Consultoría medioambiental* se presenta como una garantía para el desarrollo de todo el sector. Por otra parte, la experiencia de nuestras

empresas en aplicación de soluciones medioambientales (desde la perspectiva técnica y de consultoría) destinadas a las industrias (especialmente en el sector siderometalúrgico y químico) permite afrontar la problemática futura de estas empresas con buenas garantías.

4. Oportunidades

a. Compromiso creciente con el Medio Ambiente a nivel político y a nivel social

El incremento de la sensibilidad en materia de Medio Ambiente en el nivel político y social facilitará una mayor actividad normativa dirigida al sector. Ello implicará un crecimiento inmediato de la actividad empresarial y del empleo.

b. El desarrollo de modelos de democracia participativa

Estos modelos de participación activa de la población en decisiones y tendencias de gobierno se están aplicando ya en numerosos ámbitos públicos y en países de nuestro entorno, permitiendo a nivel político la puesta en marcha de iniciativas medioambientales que cuenten con el apoyo de la población, en sustitución o priorizando este tipo de actuaciones con respecto a otras de diferentes ámbitos. La creciente sensibilización de la sociedad en materia de Medio Ambiente encontraría en estos sistemas un buen cauce de expresión.

c. Creciente inversión en Medio Ambiente por parte de las Administraciones Públicas

El caso de Asturias no es una excepción. La Consejería de Medio Ambiente e Infraestructuras es la que se prevé que tendrá un mayor crecimiento presupuestario para 2007.

d. Realización de campañas publicitarias y de concienciación dirigidas a la población y a las empresas contaminantes

La realización de estas campañas permite la introducción de nueva normativa, facilitando su aceptación y cumplimiento. Este es un factor de dinamización importante para el sector.

e. El cambio de modelo energético

Aunque esta cuestión pueda percibirse como una amenaza, lo cierto es que representa una oportunidad para el desarrollo de determinadas actividades medioambientales, especialmente en el campo de las *Energías renovables*. Igualmente representa una oportunidad para el desarrollo de actividades de *I+D+I* relacionadas con dicha cuestión, especialmente la que fuere destinada a desarrollo de nuevas tecnologías relacionadas con la obtención, distribución y aprovechamiento del hidrógeno como fuente energética.



f. El potencial de crecimiento en determinados sectores

Algunos sectores han sido identificados ya como de mayor potencial de crecimiento (en actividad y empleo por cuanta ajena) por comparación con otros ámbitos nacionales y de la UE y por las especiales características y carencias medioambientales observadas en el Corredor Siderúrgico. Entre estos grupos de actividad figuran:

- La gestión de residuos urbanos e industriales.
- La consultoría en todas sus variantes.
- El desarrollo de energías renovables (eólica y biomasa) y muy especialmente la tecnología del hidrógeno.
- La mejora de la eficiencia energética.
- El sector forestal (desde la perspectiva de la prevención de incendios y de la producción de biomasa).

g. El buen potencial de creación de empleo por cuenta propia

Igualmente, este potencial de crecimiento observado beneficiaría paralelamente a la creación de empleo entre un variado colectivo de profesionales y actividades. La creación de empleo mediante la contratación de profesionales por cuenta propia se muestra como la fórmula preferida por el empresariado del sector para absorber mayores niveles de actividad. Entre los perfiles formativos más demandados figuran: Licenciatura en Geología, Biología, Arqueología e Ingeniería. Y los perfiles profesionales serían: Chóferes con ADR (transporte de mercancías peligrosas), Peones para recogida de residuos, Operadores u Operadoras de instrumentación industrial y maquinaria (mediciones, limpieza de bosques), Mozos y Mozas de almacén y para trabajar en labores de compactación de residuos y transvase de líquidos, Peones, Maquinistas y Leñadores o Leñadoras, Fontaneros/as, Mecánicos/as, Electricistas, Soldadores/as y Jardineros y Jardineras.

9. Conclusiones

El presente apartado recoge las conclusiones derivadas del estudio de campo (encuestas) realizado en el territorio del Corredor Siderúrgico. Debe contemplarse con las reflejadas en el anterior epígrafe y las deducidas de las entrevistas a empresas e instituciones. En su exposición se tratan diferentes aspectos relacionados con la oferta y con la demanda.

OFERTA

Datos sobre la actividad general de las empresas:

- 1. Tipo de empresa.** El 61% de las empresas encuestadas se han constituido como Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), sociedad que se adapta a su tamaño (pequeña y mediana empresa). Las empresas tienen mayoritariamente su sede en el Corredor Siderúrgico y cuentan, en general, con un único centro de actividad.
- 2. Juventud.** Más del 40% de las empresas han sido fundadas con posterioridad al año 2000. La juventud no se refleja tanto en la edad media de las personas promotoras (28% entre 31-40 y 28% entre 40-50 años).
- 3. Gran Diversidad de actividades y especialidades.** Sólo en dos casos se repite la definición de la actividad principal desarrollada. Lo mismo sucede con las actividades secundarias; lo que refleja un alto nivel de diversidad en las modalidades de oferta.
- 4. Atomización y concentración.** El Sector Medioambiental presenta altos niveles de atomización en determinados grupos de actividad (servicios de "Consultoría y servicios medioambientales" principalmente), frente a otros con una estructura de gran concentración ("Recogida de residuos urbanos" o "Gestión de agua").
- 5. Fuerte vinculación al territorio.** El 75% de las empresas afirman no tener planes de traslado y, en caso contrario, optan mayoritariamente por otros lugares del Corredor Siderúrgico.
- 6. La principal dificultad de las empresas en su inicio es la financiación.** Junto a ésta destacan también la falta de apoyo institucional y las dificultades para encontrar personal especializado.

Recursos Humanos (plantilla) y Formación:

- 1. Perfil persona promotora.** Es hombre (77%), con edades entre 31 y 50 años y formación académica universitaria.
- 2. Perfil plantilla.** Predomina el empleo masculino (64%). La mitad del personal tiene entre 36 y 50 años y destaca la baja presencia de personas jóvenes (sólo un 2,8% son menores de 25 años). La distribución en estas franjas de edad es muy similar tanto en el colectivo de varones como en el de mujeres.
- 3. Estabilidad y temporalidad en el empleo.** Un 52,1% son contratos de duración determinada y un 46,8% son indefinidos. Apenas se realizan contratos formativos-prácticas y formación- (0,3%).



4. **El empleo a Tiempo Parcial afecta sobre todo a las mujeres.** Las dos terceras partes de los contratos realizados a tiempo parcial son ocupados por mujeres. De hecho, en este colectivo el empleo a tiempo parcial (55,8%) supera al empleo a tiempo completo (44,2%).
5. **Evolución positiva del empleo pero sin grandes crecimientos.** El mayor crecimiento se da en empresas creadas desde el año 2000 y con plantillas entre 9 y 49 empleos. Sólo un 11% experimenta un crecimiento notable en su plantilla (más del 15% de empleos).
6. **El mayor incremento en la plantilla se produce en los sectores de "Aprovechamiento de recursos forestales", "Consultoría medioambiental" y en el de "Gestión de Residuos".**
7. **Baja aplicación de las medidas de conciliación de la vida familiar y laboral.** Su dificultad es mayor entre las empresas pequeñas por la mayor escasez de recursos humanos y la menor capacidad económica para afrontar los cambios de personal. Y en el Corredor Siderúrgico un 85% de las empresas son PYMES.
8. **Receptividad a la formación.** Solo un 5% de las empresas no participan en acciones formativas. La modalidad más extendida es la *formación presencial externa a las empresas* (82,4%). Si bien la cualificación del personal es valorada como la principal ventaja competitiva un 47% de las empresas manifiesta tener dificultades a la hora de encontrar mano de obra.

Posición en el mercado:

1. **Capital humano y experiencia en el mercado como principales ventajas competitivas.** Las ventajas competitivas permiten que las empresas tengan capacidad para mejorar su relación calidad/precio.
2. **Evolución positiva de la facturación.** El 64% de las empresas se ha mantenido en el mismo intervalo de facturación, un 4% ha disminuido y un 32% ha aumentado.
3. **Las actividades que más han crecido (facturación) pertenecen a los sectores de "Consultoría y servicios medioambientales".** Le siguen las actividades incluidas en el sector de "Aprovechamiento de recursos forestales" y en el de "Gestión de residuos".
4. **Presencia internacional baja.** Un 75% de las empresas asisten a ferias, predominando las celebradas en el ámbito nacional

(65%) frente a las de carácter internacional (20%). Ello indica el interés por expandir sus negocios más allá del territorio regional. La dimensión de las empresas es uno de los condicionantes de su proyección hacia mercados exteriores.

5. **La actuación de las Administraciones Públicas como principal factor de crecimiento, por medio de la generación de normativa ad-hoc y de su aplicación efectiva.** Destacan también la necesidad de ayudas a inversiones y proyectos y, en tercer lugar, la sensibilización en temas medioambientales.
6. **Estrategias competitivas.** Hay dos tendencias claras: diversificación (36,6%) y especialización (29,3%). Llama la atención que el 34,1% de las empresas no tenga, aún, definida la estrategia de su actividad. No es un sector que destaque por la inversión en I+D+I (el 40% de las empresas invierten). Sin embargo, podría considerarse un sector cooperativo, ya que un 80% de las empresas estarían interesadas en establecer acuerdos con otras empresas.

DEMANDA

Demanda actual:

1. **Localización de la Clientela.** Ubicada en el propio territorio del Corredor Siderúrgico o en la región y, en menor medida, en el territorio nacional. Ninguna de las empresas consultadas cuenta con clientes fuera de estos ámbitos.
2. **Tipología de la Clientela.** Constituida principalmente por empresas industriales (80%) y por la Administración (54%). Los particulares son clientes en un 39% de las empresas consultadas.
3. **Las Administraciones Públicas son las principales prescriptoras en el sector y determinan en gran medida su actividad.** Ello es debido a que:
 - Ejercen la capacidad normativa orientada al sector.
 - Canalizan las principales y más importantes demandas sociales (de la población en general) en materia de servicios medioambientales.
 - Tienen la capacidad para realizar campañas institucionales y de publicidad.
 - Programan y conceden ayudas y subvenciones para el desarrollo del sector.

Tendencias:

1. **Previsiones positivas sobre el crecimiento del sector.** Un 44% opina que el sector está creciendo mucho, frente a un

23% que cree que se mantiene estable y un 33% que valora que crece, pero a un ritmo bajo. El mayor condicionante es la legislación.

2. **Sector con buenas expectativas de crecimiento.** Desde el punto de vista de la iniciativa empresarial el Sector Medioambiental ofrece buenas perspectivas ya que resulta impensable una reducción de la actividad y sólo puede contemplarse un escenario de mayor desarrollo y crecimiento. España se encuentra por debajo de otros países de la UE. Asturias y el Corredor Siderúrgico se sitúan en una posición intermedia dentro del contexto nacional. Cabe, por tanto, esperar un mayor crecimiento y creación de empleo en estos territorios.
3. **Elevado potencial de creación de empleo autónomo.** La contratación de personal autónomo es la fórmula preferida por las empresas para resolver necesidades de incrementos de actividad empresarial. Prefieren esta solución frente a otras (subcontratación).
4. **Buenas perspectivas de crecimiento para algunas actividades.** A corto y medio plazo las actividades que experimentarán un mayor crecimiento son: “*Gestión de residuos urbanos e industriales*”, y “*Consultoría y servicios orientados a la calidad y el Medio Ambiente y formación en materia medioambiente*”. A medio y largo plazo: “*Energías alternativas*” (especialmente biomasa y eólica) e “*I+D+I en materia de eficiencia y aprovechamiento energético*” (tecnologías del hidrógeno). Actividades que seguirán experimentando incremento en la demanda: “*Servicios forestales*” (relacionados con la prevención, limpieza y recuperación de espacios degradados) y “*Gestión del agua*”.
5. **Perfiles profesionales más demandados**
 - Con Titulación Universitaria¹:
 - Geología
 - Biología
 - Arqueología
 - Ingeniería (titulación en áreas técnicas como Minas, Industriales, Química ó Náutica)
 - Sin Titulación:
 - Chóferes con ADR (transporte de mercancías peligrosas)
 - Peones para recogida de residuos

- Operadores u operadoras de instrumentación industrial y maquinaria (mediciones, limpieza de bosques)
- Mozos o mozas de almacén y para trabajar en labores de compactación de residuos y transvase de líquidos
- Peones, maquinistas y leñadores o leñadoras
- Fontanería, mecánica y electricidad y soldadura
- Jardinería

10. Recomendaciones

a) Impulsar acciones en materia medioambiental orientadas a la ciudadanía

En este sentido el desarrollo de actuaciones por parte de la Administración dirigidas a reforzar los hábitos y conductas de la población en general en materia medioambiental tiene todavía un importante recorrido, tanto desde el punto de vista de sus efectos medioambientales como desde la perspectiva de la creación de empresas y empleo. Los niveles de sensibilización a nivel social en Asturias quizás permitirían un mayor ritmo en el cambio de hábitos, lo cual dará como resultado una mayor creación de empresas y empleo.

b) Reforzar la capacidad de las Administraciones Públicas para controlar el cumplimiento de la normativa medioambiental dirigida a las industrias

Ello supondrá un mayor dinamismo empresarial y de creación de empleo, no solo entre profesionales y empresas dedicadas a labores de inspección, medición y control sino también en empresas relacionadas con la actividad de recuperación, destrucción y reciclado de residuos.

c) Mantener e incrementar las ayudas públicas en el sector

La necesidad de subvenciones en este sector es una realidad especialmente aguda en aquellas empresas orientadas a particulares para uso residencial y doméstico, en tanto no se impongan normativamente determinados hábitos que faciliten un avance hacia la valoración medioambiental o se fomenten debidamente (separación de residuos

¹Estas titulaciones y conocimientos están preferentemente orientados, aunque no exclusivamente, al desempeño de trabajos técnicos y de oficina.

domésticos, gestión eficiente del agua, utilización de energías renovables).

d) Promover iniciativas medioambientales de largo alcance

Especialmente en materia de desarrollo de energías alternativas (energía eólica), y las relacionadas con la actividad de aprovechamiento de residuos orgánicos (Biomasa). Estas actividades, aunque costosas desde el punto de vista infraestructural, presentan importantes perspectivas de crecimiento.

e) Mantener la estrategia de concienciación y educación orientada a la población y a las empresas contaminantes

El papel de las Administraciones Públicas resulta nuevamente de gran relevancia. El mantenimiento, e incluso refuerzo, de las campañas publicitarias en materia de respeto al Medio Ambiente debe verse complementado con actuaciones de formación dirigidas a escolares, todo lo cual responde a una demanda deducida de la sensibilidad social en la materia.

f) Mejorar los niveles de formación en general y del personal especializado en particular

En el Sector Medioambiental se aprecia buen nivel de formación y receptividad para mejorar. No obstante las empresas manifiestan tener dificultades en materia de formación especializada y actualización de conocimientos relacionados con el Medio Ambiente, normativa, informática, y manejo de maquinaria y equipos de medición. Las necesidades de formación de estos colectivos son atendidas muchas veces (23%) de forma interna por las empresas, sin los medios apropiados para ello.

g) Fomentar la búsqueda de nuevos mercados en España y en el extranjero

Las empresas del Corredor Siderúrgico presentan una alta dependencia del territorio, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda. Algunos servicios solo pueden entenderse desde la proximidad al mercado (caso de las actividades relacionadas con la *Gestión de residuos urbanos e industriales*, o las relacionadas con la *Gestión del agua*).

h) Contribuir al desarrollo de actividades de I+D+I en materia de Medio Ambiente

La importante y variada planta industrial del Corredor Siderúrgico contribuye de manera espacial a que Asturias sea la tercera Comunidad Autónoma en generación de residuos industriales. Ello tiene su lectura negativa (potencial contaminante), pero también positiva: mayor índice de actividad entre empresas del Sector Medioambiental y experiencia y conocimientos exportables.

i) Buscar el aprovechamiento del potencial medioambiental que ofrece la disponibilidad y calidad del agua

Además de un reclamo turístico y empresarial de primer orden, el agua puede ser un argumento para el desarrollo de actividades de I+D+I relacionadas con el hidrógeno y su "aprovechamiento social" en el cambio de modelo energético (se estima que el ritmo de aprovisionamiento de crudo comenzará a descender a partir de 2007). Los problemas asociados al cambio de modelo energético afectan muy especialmente al sector del transporte (causante, además, del 70% de la contaminación atmosférica en la UE). Interesaría estimular la inversión en I+D+I relacionada con la aplicación de energías alternativas orientadas a dicho sector.

j) Impulsar el desarrollo de actividades con potencial de crecimiento

En el Corredor Siderúrgico, y en Asturias en general, puede desarrollarse una mayor actividad en materia de *Prevención forestal*, *Energía eólica*, desarrollo de *Energías alternativas* y actuaciones relacionadas (biomasa). Por otra parte, las entrevistas realizadas reflejan también el potencial que ofrecen actividades como la *Recogida, recuperación y destrucción de componentes informáticos y de pequeños electrodomésticos*. Esta actividad está relacionada con la que el sector identifica como de mayor potencial de crecimiento: *Gestión/aprovechamiento de residuos*.

k) Desde el punto de vista de la inserción de colectivos con dificultades de inserción

Puede decirse que en el Sector Medioambiental no existen barreras especiales que representen mayores dificultades de inserción de colectivos como mayores de 45 años, personas desempleadas de larga duración, o con niveles bajos de formación. Al contrario, se trata de un sector con buen potencial para la creación de empleo entre estos colectivos.



l) Desde el punto de vista de la igualdad de oportunidades hombre-mujer

No se aprecian barreras específicas de entrada para las mujeres, salvo en actividades muy señaladas (según las declaraciones del empresariado). No obstante se sigue observando una mayor contratación de hombres que de mujeres para todas las actividades.

m) Desde el punto de vista de la conciliación de la vida laboral y familiar

Las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar no son totalmente conocidas y, aunque se afirme lo contrario, no se observa un fuerte compromiso de aplicación en los niveles directivos.

ñ) Desde el punto de vista del desarrollo de iniciativas en el marco del Programa Equal

Son numerosas y diversas las actividades que pueden impulsarse con buenas perspectivas tanto desde el autoempleo (actividad profesional), como desde la perspectiva empresarial (personas emprendedoras). Si bien para afrontar algunas de estas últimas se precisan elevadas capacidades de inversión y financiación, puede afirmarse que existe una gran variedad de actividades a desarrollar con buenas expectativas de crecimiento (entre un 11 y un 15% anual).

Las mujeres, las personas con minusvalías, los inmigrantes, las personas desempleadas de larga duración y los/as mayores de 45 años pueden encontrar en el Sector Medioambiental una continuidad de empleo.

Respecto a las mujeres, este colectivo no presenta especiales dificultades de acceso a este sector, a excepción del desempeño de algunos puestos de trabajo para los que, en opinión de las empresas encuestadas, se requieren esfuerzos especialmente intensos. Donde sí encontramos mayores dificultades para este colectivo es en el desarrollo del plan de carrera en las empresas, toda vez que se suele exigir un nivel de dedicación que dificulta la aplicación de medidas de conciliación de la vida familiar.

En lo que se refiere a personas desempleadas de larga duración, el Sector Medioambiental no presenta barreras especialmente señaladas, al contrario, si se observa la edad media de la plantilla del sector (56% del empleo entre 35 y 50 años) y la baja edad media de las empresas (con un gran número de empresas de reciente creación como corresponde a un sector todavía en formación) se deduce que las personas de mayor edad pueden encontrar en este sector oportunidades de empleo con más facilidad que en otros (tanto por cuenta ajena como por cuenta propia).

AGRUPACIÓN DE DESARROLLO: CORREDOR SIDERÚRGICO

- Principado de Asturias
- Ayuntamiento de Avilés
- Ayuntamiento de Carreño
- Ayuntamiento de Castrillón
- Ayuntamiento de Corvera de Asturias
- Ayuntamiento de Gijón
- Ayuntamiento de Gozón
- Ayuntamiento de Illas
- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Avilés
- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Gijón
- Federación Asturiana de Empresarios
- Fundación Mujeres
- Fundación Secretariado Gitano
- Unión General de Trabajadores de Asturias

Los Estudios de diagnóstico y potencialidad han sido realizados por:

- **Sector Ocio y Cultura**
Desarrollo de Estrategias Exteriores, S.A.
- **Sector Sociedad del Riesgo**
Grupo Staff Consultoría y Formación
- **Sector Servicios a las Personas**
Pragma Social, S.L.
- **Sector Audiovisual**
Pisa Proyectos de Innovación, S.A.
- **Sector Servicios Avanzados a Empresas**
Desarrollo de Estrategias Exteriores, S.A.
- **Sector Medioambiental**
Tecnologías de Gestión Administrativa, S.L.U

Nuestro particular agradecimiento a las técnicas de los Ayuntamientos de Avilés, Gijón y Fundación Mujeres por su dedicación y esfuerzo para hacer posible este trabajo