

GUÍA FOMENTO INICIATIVAS EMPRESARIALES (PYMES/AUTÓNOMOS) EN SECTORES EMERGENTES



CEA Confederación de
Empresarios de Andalucía

CEAT ANDALUCÍA
FEDERACIÓN ANDALUZA DE AUTÓNOMOS

**FOMENTO DE INICIATIVAS
EMPRESARIALES
(PYMES/AUTÓNOMOS) EN
SECTORES EMERGENTES**

La globalización de los mercados, la desaparición de las fronteras, los movimientos migratorios y la evolución de la sociedad son factores que han introducido cambios sustanciales en la concepción tradicional del trabajo y han generado nuevas oportunidades de negocio.

En este contexto, determinados colectivos están adquiriendo especial relevancia en los modelos tradicionales de producción, destacando la cada vez mayor presencia de la mujer y de los inmigrantes. Asimismo, hay que reseñar el aumento de la presencia de las microempresas y empresarios autónomos en las relaciones de producción.

Por todo ello, y a fin de dotar a estos colectivos de recursos y herramientas que permitan su consolidación y profesionalización, la Confederación de Empresarios de Andalucía, en colaboración con el Servicio Andaluz de Empleo de la Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía, edita unas Guías monográficas eminentemente prácticas que se correspondan con la nueva realidad social de nuestra comunidad y redunden en un beneficio de la sociedad en general.

Índice

1. INTRODUCCIÓN.
2. DEFINICIÓN DE LOS SECTORES EMERGENTES.
3. CARACTERES DE LOS LLAMADOS SECTORES EMERGENTES.
4. ¿QUÉ SE ENTIENDE POR EMPRESARIO EMPRENDEDOR?
 - 4.1. CLAVES DE ÉXITO DE LAS EMPRESAS DE LOS SECTORES EMERGENTES.
 - 4.2. LA CREATIVIDAD COMO ELEMENTO INDISPENSABLE.
 - 4.3. LA COMPETITIVIDAD COMO FACTOR DETERMINANTE.
5. MIEDOS A LOS QUE SE ENFRENTAN LOS EMPRESARIOS EMPRENDEDORES.
 - 5.1. EL MIEDO AL FRACASO.
6. ¿CUÁLES SON ALGUNOS DE LOS SECTORES EMERGENTES EN LA ACTUALIDAD?
 - 6.1. ÁMBITO NACIONAL.
 - 6.2. ÁMBITO ANDALUZ: LOS DOCE SECTORES EMERGENTES.
 - 6.3. ACTIVIDADES DESTACABLES POR PROVINCIAS.
7. CONCLUSIONES.

1. Introducción.

Los sectores estratégicos y emergentes debemos situarlos a partir de que se detectan nuevas oportunidades de negocios. De esta forma, mediante el fomento de la creación de empresas y la promoción de actividades eminentemente innovadoras, se logra un aumento de la competitividad, lo que constituye, hoy en día, la llave que abre todas las puertas de un mercado cada vez más internacionalizado.

Al mismo tiempo, es importante que tampoco se pierda de vista que nuestra realidad socioeconómica es la que es y que no estamos forzados, en modo alguno, a imitar a nadie ni a nada, y que, en consecuencia, lo que si estamos obligados es a desarrollar nuestro propio potencial.

La presente publicación tiene como objetivo el facilitar una orientación sobre los sectores y actividades económicas que tienen un mayor potencial de futuro en nuestra Autonomía. Se trata, por tanto, de un instrumento que puede ser de gran utilidad para aquellos futuros emprendedores que estén interesados en crear su propia empresa.

Así, se han incluido en el concepto de “sectores emergentes” una serie de actividades susceptibles de otorgar oportunidades empresariales que se han desarrollado observando cambios que se han venido produciendo en los diez últimos años tanto a nivel mundial como a nivel regional en aspectos demográficos, tecnológicos, culturales, sociales, territoriales y climatológicos que influyen directamente en las predilecciones en la demanda de bienes y servicios.

Por otra parte, hay que considerar que en estos momentos nos encontramos ante una difícil y compleja situación económica y financiera, observándose, en consecuencia, que en el mercado de trabajo se está produciendo de manera simultánea la destrucción de determinados sectores productivos en tanto en cuanto emergen nuevas actividades que podríamos denominar, a la vista de las circunstancias expuestas, como auténticos filones o yacimientos de riqueza; en definitiva, auténticos “sectores emergentes”.

Con estos argumentos, desde nuestra Comunidad Autónoma se ha emprendido una política de detección de esos yacimientos de empleo a través de la obtención de datos a todo lo largo y ancho del territorio por medio de la prospección y observación que está experimentando la evolución de las tendencias y de las actividades económicas, lo que conlleva, necesariamente, la creación de nuevas empresas para que el binomio empleador-empleado continúe subsistiendo para impulso de la economía, debiéndose destacar de forma muy especial el papel que están llamados a interpretar los jóvenes.

En definitiva, la situación de cambios que viene experimentado la sociedad requiere una transformación continua de la economía con la creación de nuevas fórmulas de negocios y trabajo que en la mayoría de los casos se nos muestra como el gran desarrollo del sector terciario. La cultura, el turismo y los servicios a empresas aparecen como fuerzas económicas crecientes.

De esta manera, el saber aprovechar las oportunidades depende de cada uno de nosotros y lo único que se pretende con esta guía es ofrecer una herramienta de trabajo con la obtener claves que nos sirvan para favorecer nuevas oportunidades de negocios y, por consiguiente, que sea de utilidad.

Así, citando a Víctor Hugo podríamos recordar aquello de que: “El futuro tiene muchos nombres, para los débiles es lo inalcanzable; para los temerosos, lo desconocido; para los valientes, la oportunidad”. Valentía, futuro y oportunidad son tres conceptos fundamentales para definir a los emprendedores. Gentes valientes que, como diría el castizo, “se tiran pa delante”, mirando el futuro bajo el prisma de los “pro” y dejando de lado los “contra” y que, en consecuencia, han sabido aprovechar las oportunidades que la vida le ha brindado.

2. Definición de los sectores emergentes.

¿Qué se entiende por “sectores emergentes”? y, sobre todo, ¿por qué centrar todo un estudio en torno a ellos? De esta manera, los expertos están convencidos del acierto en la selección. Los sectores emergentes se delimitan como ámbitos de actividad económica en los que se espera mayor crecimiento futuro. Pueden contar con características muy distintas entre ellos, pero siempre compartiendo la nota común de un importante potencial de futuro y, por tanto, unas expectativas elevadas de demandas de empleo, innovaciones y cualificación. Los investigadores han seleccionado tres áreas que cuentan con características muy diferentes entre ellas pero que, en todos los casos, constituyen ya ejes vertebradores fundamentales de la economía europea, española y, sobre todo, andaluza:

- 1º. Las energías (fundamentalmente las renovables).
- 2º. El turismo.
- 3º. Las telecomunicaciones, considerándolas desde todas las manifestaciones posibles.

En consecuencia, hay que considerar que así se califican a **todas aquellas actividades que permiten satisfacer las nuevas demandas planteadas por la sociedad en un terreno en el que con anterioridad existía escaso o nulo movimiento y que requiere la aparición específica de nuevas empresas para hacer frente a las mismas, a las que se les va a exigir que cuenten con una organización propia a través de la cual quede demostrada su solvencia, eficacia, rentabilidad y sostenibilidad.**

3. Caracteres de los llamados sectores emergentes.

De esta manera, se puede precisar que las claves del éxito de las empresas que surgen al amparo de sectores emergentes deben estar presididas por la profesionalización de la actividad y la consecución de los siguientes objetivos:

- 1º. Introducción de la marca.
- 2º. Clara distinción en relación con la competencia.
- 3º. Contactos personales.
- 4º. Existencia de una demanda real.
- 5º. Desarrollo estratégico.
- 6º. Generación de confianza.
- 7º. Uso eficaz de la tecnología y de los recursos humanos.
- 8º. Relaciones con los clientes:
 - 8.1. Transmitir lo que vendemos.
 - 8.2. Satisfacer sus deseos y necesidades.
 - 8.3. Respeto y consideración.
- 9º. Innovación continua.
- 10º. Organización flexible y eficaz, al mismo tiempo.

A la vista de cuanto antecede, hay que razonar que los factores que determinan la clave del éxito de una empresa encuadrada dentro de los llamados sectores emergentes en poco se diferencia de otras empresas, con excepción hecha de los clientes que pagan por la obtención de sus productos o servicios.

En el contexto mundial y regional en el que nos movemos todo apunta a que en los próximos años habrá que redefinir el entorno competitivo de muchas actividades, destacando sobremanera sectores como son: la atención domiciliaria a la tercera edad, el medio ambiente, las nuevas tecnologías de la comunicación

No obstante, hay que considerar que, en estos precisos momentos, existe un elemento discordante añadido que viene determinado por la desconfianza existente en el mercado, lo que obligará a las empresas a emprender decididas actuaciones tendentes a romper esa suspicacia para que, en definitiva, se puedan llevar a buen término las nuevas oportunidades que brindan los sectores emergentes.

Tampoco se puede obviar el papel decisivo que les corresponde desarrollar a las Administraciones Públicas en el terreno de la cooperación, y la dinamización en la puesta en funcionamiento de las empresas. La interrelación de lo público y lo privado se muestra como

un elemento esencial en la mejora de los mercados y cuyo éxito ha quedado demostrado en otras latitudes, mediante la puesta en marcha de una política en la que se han conjugado a la perfección la creación de grandes infraestructuras, la atracción de clientes a la zona, la formación simultánea de actividades principales y paralelas, así como la difusión y publicidad de actividades de los expresados sectores emergentes.

De igual forma, no resulta cuestionable, en modo alguno, que el desarrollo económico y social de una determinada región se obtiene por medio de la actuación conjunta de los agentes económicos, políticos y sociales que en ella concurren y que tiran del carro en una misma dirección y al mismo tiempo.

Todos estos son elementos que deben ayudar a proyectar un futuro esperanzador en el mundo empresarial a los que habrá que unir la calidad en el servicio y la regeneración de la confianza de los futuros clientes que se verán impulsados a demandar productos y servicios provenientes de los denominados sectores emergentes.

4. ¿Qué se entiende por empresario emprendedor?

4.1. CLAVES DEL ÉXITO DE LAS EMPRESAS DE LOS SECTORES EMERGENTES.

Debemos partir de la idea de las virtudes que debe aglutinar, a nuestro modo de ver, un buen emprendedor:

- 1º. Valentía.
- 2º. Dinamismo.
- 3º. Autoconfianza.
- 4º. Creatividad.
- 5º. Visión de futuro.
- 6º. Seriedad.
- 7º. Asunción de riesgos.
- 8º. Innovación.
- 9º. Autocrítica.
- 10º. Capacidad para delegar.

Asimismo hay que tener en cuenta que la economía real del momento está introduciendo factores que se están mostrando como diferenciadores y decisivos de cara al futuro, como está ocurriendo con la propia clase trabajadora. Aquel concepto del trabajador de antaño se está mostrando cada vez más obsoleto y para ello el mundo actual le exige una mejora conti-

nua en el desarrollo de sus conocimientos y habilidades. Así, para encontrar un trabajo deberá demostrar de manera permanente sus cualidades y preparación, toda vez que nadie podrá asegurarle que el empleo de futuro lo será de por vida, siendo más que posible, incluso, que tenga que cambiar los hábitos en el sentido de que ese trabajador deba plantearse, cada vez más, la necesidad de convertirse en empresario, creando su propio negocio. El nuevo perfil del trabajador está dando lugar a la concepción de un nuevo esquema del mundo laboral que viene impuesto por la flexibilización que demandan las empresas a través de la subcontratación de pequeños empresarios, lo que en muchos rincones del globo está dando lugar a **la aparición de empresas-domicilio**. Empresas que nacen bajo la batuta del autoempleo para resolver las necesidades que demandan otros emprendedores que a su vez se han percatado que no necesitan para el desarrollo de sus actividades la creación de grandes estructuras.

Es pacífico admitir, en estos precisos momentos que, después de la crisis económica y financiera global que venimos padeciendo, ya nada será igual. Que el mundo debe dar un importantísimo giro, es algo incuestionable. La incorporación de la mujer al mundo del trabajo y empresarial, es una evidencia; la aparición de nuevas estructuras familiares, también han contribuido a ese cambio; el acercamiento del mundo rural al urbano y la aparición de nuevos comportamientos sociales se han mostrado como decisivos de cara a otro tipo de enfoques. Las nuevas fórmulas empresariales no se van a hacer esperar demasiado. La nueva concepción de la empresa como grupo interrelacionado ya es una realidad. Los empresarios que se enlazan para la consecución de un fin común, han dejado fuera de juego al denostado concepto tradicional de la empresa como mero instrumento de producción, para así pasar a acometer otras funciones como serían la innovación y la solución de problemas para sus clientes. El futuro pasa, necesariamente, por ganarse la confianza de los demandantes de sus productos o servicios y ante este panorama ocupan especial relevancia: el marketing, la información y las nuevas tecnologías.

De esta manera, la creatividad va a ocupar un papel relevante de cara al desarrollo de nuevas actividades que las diferencien de las que ya conocemos y al mismo tiempo el hombre actual demanda más tiempo para el ocio y el esparcimiento, lo que está generando la aparición de novedosas actividades relacionadas con la cultura, la salud, el turismo, los balnearios, etc., Por ello, junto a los denominados diecinueve **YACIMIENTOS DE EMPLEO** que así fueron bautizados en sede de la Unión Europea, en estos momentos se perciben en el horizonte otros **NUEVOS SECTORES EMERGENTES** que sin ningún género de dudas vendrán a complementar a los anteriores.

4.2. CREATIVIDAD COMO ELEMENTO INDISPENSABLE.

En algún momento de la vida a cualquiera se le ha podido pasar por la cabeza salirse del contexto social y económico en el que se desenvuelve y crear su propio negocio. Lamentablemente el tiempo se ha encargado de demostrarnos, con cierta frecuencia, que en la

mayoría de los casos se ha tratado de simples ilusiones o ideas de tortuosa resolución que desaparecen con la misma rapidez que han aparecido. Sin embargo, es importante resaltar que en otros casos se han convertido en verdaderas realidades que han terminado por vez la luz.

Para muchos, los emprendedores nacen; para otros, se hacen con el tiempo. Lo cierto es que muchas técnicas pueden irse aprendiendo en el camino, pero hay ciertos aspectos que una persona entusiasmada con tener su propio negocio debe cumplir o al menos manejar. De esta manera, podrían enumerarse las condiciones que debe reunir un buen emprendedor para saber si está preparado para abrir su propio negocio o no a juicio de los expertos en la materia y que podrían resumirse de la siguiente forma:

1.- Confianza en sus capacidades.- Los empresarios con éxito se caracterizan por tener una gran autoestima y confían que siempre podrán conseguir sus metas, aunque el camino sea difícil. Al mismo tiempo, sienten una enorme pasión por su trabajo y demuestran su liderazgo con firmeza.

2.- Tener amplios conocimientos.- No basta con atesorar una buena predisposición y buenas intenciones si no existe profundos conocimientos de los productos que va a comercializar y del mercado en el que se va a mover. Quien se atreve a montar un negocio debe tener un conocimiento general de todas las parcelas que el mismo abarca, incluidos los ámbitos legales y contables, entre otros, lo que le permitirá adaptarse a las diversas situaciones y le hará tener una eficaz capacidad de actuación frente a los cambios.

3.- Dominio para asumir y medir riesgos.- Un emprendedor deberá ser capaz de tomar decisiones y llevarlas a la práctica, pero debe estar dotado, al mismo tiempo, de la confianza necesaria para asumir determinados riesgos y de esta manera lograr las metas y objetivos que se ha marcado.

4.- Constancia y pasión por lo que hace.- Un factor determinante del emprendedor debe ser que no desista de los objetivos emprendidos ante la aparición del primer problema, sino que es capaz de salir adelante, confiando en que los alcanzará por encima de todo, porque siente una gran pasión por su trabajo.

5.- Estar dotado de espíritu de independencia.- Un emprendedor debe ser capaz de conseguir metas propias mediante la toma de sus propias decisiones, haciéndose responsable tanto de sus aciertos como de sus errores.

6.- Capacidad de innovación.- El emprendedor no se puede quedar dormido en su propio éxito, sino que, por el contrario, debe estar atento a todo lo que ocurre

a su alrededor y tomar medidas. En los momentos actuales, debe percatarse que el mundo está cambiando y que están apareciendo nuevas necesidades y que asimismo tendrá que ir adaptándose a las nuevas realidades.

7.- Dotes de liderazgo.- El emprendedor debe obtener la consideración, el respeto y la admiración de sus trabajadores. Deberá escuchar los problemas que estos les transmitan tanto a nivel empresarial como personales y en los momentos de dificultad deberá inculcarles la motivación que la situación requiera.

8.- Dotes de autocrítica.- Uno debe reconocer cuando se equivoca y extraer unas consecuencias positivas de cara al futuro.

9.- Visión de futuro.- Deberá manejar su empresa de cara a la obtención de unos resultados y, de esta manera, cada decisión que adopte la encuadrará de cara a la obtención de unos resultados finales.

Estas son algunas de las virtudes que deben llevar a una persona al éxito empresarial y así conseguir su propio negocio. Sin embargo, habría que añadir otros factores que también serán determinantes para que esta aventura llegue a buen puerto y se materialice en una empresa. El primero de ellos es capacidad negociadora y hasta cierto punto 'alma de comercial'. Y es que una de las tareas más importantes para cualquier emprendedor novel es lograr la financiación necesaria para que su empresa pueda dar los primeros pasos. En este sentido además de ayudas oficiales muchas veces es necesario recurrir a bancos y entidades financieras donde hay que 'vender' la idea para lograr un crédito, algo complicado en la actual coyuntura de crisis.

Con todo debe entenderse que la mejor virtud que debe reunir cualquier empresario o proyecto de empresario es la autoconfianza traducida en no tener miedo al fracaso y que tal como apuntaba Winston Churchill: "El éxito es la habilidad de ir de fracaso en fracaso sin perder el entusiasmo".

4.3. LA COMPETITIVIDAD COMO FACTOR DETERMINANTE.

No podemos obviar la idea que todas las personas tienen unas características personales que, si se desarrollan, pueden favorecer conductas emprendedoras. No obstante, aunque se nazca con las capacidades es imprescindible que el contexto social las potencie. Por eso, debemos desarrollar una cultura emprendedora y evitar que no se nos pierdan los talentos. Para eso es imprescindible superar una de las premisas de nuestra cultura: el no te arriesgues. ¿A quién no le han aconsejado alguna vez en su familia que lo mejor y más seguro es conseguir una plaza de funcionario? Sobre todo lo que se persigue es la seguridad a toda costa. Pero si queremos fomentar la cultura emprendedora entre los jóvenes, lo primero que tendremos que hacer es transmitirle la idea de que hay que superar el miedo al fracaso.

La sociedad actual no perdona fácilmente el fracaso y esto contribuye a ralentizar las características emprendedoras en lugar de reforzarlas. A la vista de ello, resulta necesario inculcar la cultura emprendedora y enseñar a que hay que asumir riesgos. El que pone un negocio qué duda cabe que debe sopesar diferentes factores, al mismo tiempo que recaba información y, por último, decide dar forma a su idea. A partir de ese momento decisivo, es cuando debe plantearse el completar un equipo y liderar su propia empresa.

Al mismo tiempo, hemos de admitir, sin embargo, que estamos en presencia de una sociedad tremendamente dinámica, lo que conlleva que el mercado cambie constantemente y a todos los niveles, así que es necesario innovar con frecuencia. El aprendizaje, o emprendizaje, como algunos expertos le han dado en llamar, no termina una vez creada la empresa, ya que esta experiencia debe permanecer a todo lo largo y ancho de la vida de la actividad empresarial para, en definitiva, alcanzar paulatinas metas de competitividad. Por ello, existe, quizás, una percepción errónea acerca de las personas que han triunfado, y esto puede representar un freno para los jóvenes, que llegan a pensar que se trata de gente extraordinaria, que les incomoda y que les hace sentirse enormemente empujados. De esta manera, creen que jamás podrán llegar tan arriba y, en consecuencia, se echan para atrás, porque sobre todo se ha cometido el enorme error de crear mitos o ídolos con pies de barro.

No obstante, la realidad nos viene a demostrar que la mayor parte de los negocios que se crean se pueden calificar como de pequeñas y medianas empresas, y que todas ellas han comenzado su andadura lideradas por personas de lo más corriente que han luchado por una idea, que la han puesto en marcha y que tras muchos años de lucha ha funcionado.

Desde una actitud optimista, y sin abandonar la imagen de la responsabilidad, debemos transmitir la idea de que se puede alcanzar el sueño americano de ascender a lo más alto de las cumbres aunque sea partiendo, en la mayoría de los casos, desde los niveles sociales más bajos. No estaría de más que las personas se dieran el permiso de intentarlo, al menos una vez en la vida. Hay que dar una oportunidad a la creatividad sin perder de vista la influencia del contexto. No olvidemos, que lo que caracteriza al emprendedor, tal y como ya se ha dicho con anterioridad, es que persigue unos logros y que esas metas son alcanzables.

Por ello, y teniendo en cuenta que todos los comienzos pueden resultar arriesgados, no estaría de más que partiéramos de determinadas premisas o consejos en torno a **la forma de cómo crear un negocio**:

1º. Hay que comenzar poco a poco: Es comprensible que iniciar un nuevo negocio o abandonar un empleo seguro y estable puede resultar realmente duro. Por ello, sería aconsejable una adaptación gradual en el tiempo para ir asimilando todo lo necesario para su puesta en funcionamiento.

2º. **Es preciso tener un proyecto de negocio:** Hay que planear de manera muy concienzuda el negocio que pretendemos poner en marcha. La improvisación es una mala consejera. En suma, lo más eficaz sería elaborar a un buen plan de negocio.

3º. **Es necesario acudir a un asesoramiento profesional:** Para que sirva de orientación en los comienzos y para que se solucionen muchos de los problemas burocráticos y de toda índole que el emprendedor se va a encontrar en su camino.

4º. **Hay que tener grandes dosis de confianza en uno mismo:** Si no se tiene confianza en lo que se va a crear no se pondrá a rendir adecuadamente y el proyecto terminará fracasando. Los miedos y los errores deben jugar a favor del emprendedor.

5º. **Hay que mantener contactos con otros empresarios:** Cambiar impresiones y experiencias con los que ya han iniciado negocios servirá para superar situaciones problemáticas para las que se carece de práctica. Para ello, sería muy conveniente, además, unirse y acudir a actos organizados por asociaciones empresariales.

5. Miedos a los que se enfrentan los empresarios emprendedores.

5.1. EL MIEDO AL FRACASO.

La idea del fracaso sigue representando para la gran mayoría de los españoles un obstáculo esencial para montar un negocio. Sin embargo, el tiempo se ha encargado de demostrarnos, a juicio de los expertos que han analizado estos temas, que los empresarios que aprenden de sus errores suelen tener más éxito en otros intentos posteriores. La animadversión a soportar riesgos, la maraña de leyes y reglamentos que se deben manejar, la complejidad de los mercados financieros, la amplitud de los mercados y fronteras, la falta de financiación, la tremenda rigidez del mercado laboral que asimismo se debe soportar y la ausencia de verdaderos incentivos fiscales, hace que iniciar un negocio se convierta en una tarea llena de dificultades.

Los valores asociados al espíritu emprendedor, como son creatividad, iniciativa y capacidad de afrontar riesgos, están menos arraigados de lo deseable en la cultura social y laboral española. Esta circunstancia produce una notable brecha entre las aspiraciones y expectativas de la población más joven (empleo estable y cualificado en el sector público o en grandes

empresas) y la compleja realidad de los actuales mercados de trabajo. Además, la educación debe contribuir a la creación de una cultura emprendedora, empezando por los jóvenes y la escuela.

Es fácil comprender que los empresarios continúan tropezando con la burocracia administrativa tanto al inicio de la puesta en marcha de la empresa como durante toda su vida e incluso hasta en el momento de cerrar si llega el caso. La maraña de trámites a la que tiene que hacer frente el emprendedor está lastrando la competitividad de las empresas y todos los organismos internacionales sitúan a España entre los países peor valorados en cuanto a simplificación administrativa. Así, de la mayoría de los estudios que se han realizado se deduce que tardamos una media de 47 días en constituir una empresa y que es preciso realizar un sinfín de trámites para obtener su apertura.

Sin embargo, es obligado reconocer que a pesar de que desde la mayoría de las Administraciones Públicas se están haciendo esfuerzos encomiables para salvar este despropósito, aun estamos a mucha distancia de los países de nuestro entorno. Un dato que resulta lo suficientemente esclarecedor, lo constituye el hecho de que España se encuentra situada en los últimos puestos de la OCDE, en cuanto al tiempo medio para crear una empresa. Razón por la cual se debe considerar, igualmente, que aunque para las grandes empresas la burocracia no deja de ser un gran problema, no digamos para el pequeño empresario, ya que en muchas ocasiones los costes que debe soportar en términos económicos y temporales se erigen en obstáculos insalvables.

No podemos olvidar que las pymes suponen más de dos tercios del valor añadido que se genera en el conjunto de la economía y que supone el 80% del empleo y que un factor determinante para invitarles a su constitución lo constituye un verdadero funcionamiento de las Ventanillas Únicas, que lamentablemente no han arrojado los buenos resultados que inicialmente se esperaban, porque, entre otras cosas, sigue faltando coordinación y agilidad de trámites.

Para ello, sería necesario reducir el número de trámites administrativos de forma que estén integrados y coordinados por la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, haciéndose patente, al mismo tiempo, la necesidad que cada una de las Administraciones tenga una eficaz coordinación interna. Así, se precisa emprender con suma urgencia una reforma y auténtica promoción de la Ley de la denominada Nueva Empresa, el funcionamiento efectivo de las Ventanillas Únicas y del sistema de concesión de licencias de apertura, que hasta ahora retrasan enormemente la puesta en marcha de numerosas iniciativas empresariales.

En este orden de ideas, llama poderosamente la atención el hecho de que nuestra situación contrasta con la de los países anglosajones, entre otros, donde los trámites para la cons-

titución de empresas se han agilizado al máximo. En Australia sólo se requieren dos días para levantar una microempresa, mientras que en Canadá se precisan tres. En Dinamarca y Estados Unidos se tarda cinco días en crear una empresa de pequeño tamaño, en Francia ocho, y en los Países Bajos once días. Para ello, se han concentrado y simplificado tremendamente los trámites administrativos evitándose, así, que se tenga que pasar por tantísimos departamentos como sucede en nuestro país.

Es necesario impulsar la simplificación administrativa como medida de apoyo al emprendedor: no puede permitirse que las trabas burocráticas, la falta de información y la lentitud de la Administración frenen el ritmo de creación de empresas.

Aún teniendo en cuenta las dificultades, ser emprendedor durante la actual crisis es posible. Los momentos de depresión económica traen cambios y la llegada de nuevas oportunidades de negocio. Lo más importante para triunfar es encontrar una actividad demandada y que tenga futuro, y saber desarrollar el negocio ya establecido con fórmulas nuevas y flexibles para reducir gastos al máximo.

Lamentablemente estamos viviendo una grave situación de asfixia financiera. El 80% de las pymes que en los últimos tres meses acudió a la banca en busca de financiación asegura que se encontró con obstáculos. El freno en el consumo y el endurecimiento de los créditos nos ofrecen un escenario poco halagüeño.

El Gobierno ha aprobado ya varios planes y un sinfín de medidas para reanimar la economía, pero los problemas de las empresas siguen siendo los mismos, lo que está provocando un gran malestar entre los empresarios. El resultado es realmente desolador.

Nos arriesgamos para crear riqueza y generar empleo, pero la maquinaria no puede funcionar sola, necesita el soporte de los poderes públicos. La Administración debe ser más pro activa o, por lo menos, atender a una realidad y a un problema recurrente y muy conocido.

Si no se atienden las reivindicaciones planteadas aumentará el desempleo derivado del cierre de las empresas. La empresa que cierra no vuelve a abrir y se pierde el empleo, la inversión y el talento.

6. ¿Cuáles son algunos de los sectores emergentes en la actualidad?

6.1. ÁMBITO NACIONAL.

1º. Creación de servicios avanzados a empresas de diversa índole:

1.1.- Para actividades de marketing.- Para conocer los deseos de los clientes y, en consecuencia, poder desarrollar, así, una oferta acorde con dichas necesidades, basadas en el conocimiento y fidelización de los mismos.

1.2.- Para actividades de transformación, distribución y gestión de la información.- En cuanto que se dirigen a salvar los vacíos que en esta materia se están produciendo.

1.3.- Para mejora de la competitividad.- Al objeto de prestar servicios que orienten a mejorar los procesos encaminados hacia la excelencia empresarial.

1.4.- Para ayuda a la creación de microempresas.- A la vista de lo que ya se ha dicho con anterioridad, cada vez es más frecuente la creación de empresas como fórmula de autoempleo y para ello será necesario que determinadas empresas les den soluciones, a este tipo de emprendedores, a los problemas a los que habrán de enfrentarse en sus primeros pasos, haciendo trámites, buscándole soluciones de financiación, asesoramiento general, etc.,

1.5.- Para empresas que gestionan capital humano.- En cuanto que sirvan para el desarrollo de las políticas de motivación, de la captación de talentos, de formación de los trabajadores, con el objetivo de que mejoren sus actuaciones en el seno de las empresas.

1.6.- Para la externalización de actividades de las empresas.- Abundando en la idea, bastante generalizada, de desconcentración de actividades en el seno de las propias empresas, toda vez que unos terceros pueden llevar a cabo gestiones mucho más eficaces y especializadas que las que se pueden llevar a cabo por parte del personal de las mismas, evitando, al mismo tiempo, un colapso o sobrecarga de trabajo.

1.7.- Para el desarrollo de la “responsabilidad social corporativa”.- Apoyándose en empresas de servicios que les ayuden a mejorar su imagen externa en

torno a sus propios socios y con los terceros con los que se relacionan a través de sus actividades.

1.8.- Para la generación de la confianza.- Apoyándose en empresas que están destinadas a prevenir y eliminar la desconfianza imperante en los mercados actuales, para la obtención de sellos de calidad, para el arbitraje, etc.

2º. Creación de redes de empresas o para actividades similares.

Con el objetivo de conseguir, entre otros: un ahorro de costes, intercambio de conocimientos y servicios que les sirva de soporte para ser más competitivas.

3º. Creación de empresas destinadas a fomentar las relaciones personales.

Se llevarán a cabo por medio de entes que se dediquen a facilitar la mejora de las relaciones entre las personas, entre los miembros de los colectivos empresariales y asimismo entre los grupos sociales que están naciendo como consecuencia de la inmigración.

4º. Creación de empresas de servicios encaminadas a la gestión de:

4.1.- Del estilo de vida.- Por medio de la organización de cenas o comidas en las casas, de la obtención de entradas para espectáculos y actividades deportivas, para conciliar la vida personal y la empresarial y/o profesional.

4.2.- De la mejora vital.- Mediante la puesta en marcha de servicios que sirvan para mejorar, entre otros, de muy diversa índole, el estrés, el aislamiento personal, los hábitos sociales, los hogares monoparentales, etc.

4.3.- Del tiempo libre.- Servicios que servirán para descubrir a la personas la manera de ocupar el tiempo libre o a rellenar los momentos de ocio.

4.4.- De la seguridad.- A través de servicios preventivos para evitar los riesgos que se puedan producir tanto en el ámbito empresarial como en el privado, mediante la instalación de sistemas de protección para empresas y hogares, la orientación de los seguros más adecuados que deberán contratarse e incluso la gestión de la financiación de estos medios.

4.5.- De animales de compañía.- Creando servicios para la información, manutención y cuidado de los mismos, facilitando, incluso, los productos adecuados para su manutención.

4.6.- De satisfacción de gustos VIP'S.- A pesar de la situación actual, siempre quedarán un importante grupo de personas que demanden el sentirse diferentes y para dar satisfacciones a estos deseos se demanda la existencia de servicios que proporcionen el lujo, la pertenencia a clubes, la ostentación, la distinción, etc.

5º. Creación de industrias.

5.1.- Creativas.- Entre ellas se incluyen las de los diseñadores de moda, los diseñadores gráficos, los diseñadores industriales, las empresas multimedia, las actividades de ingeniería, etc.

5.2.- Ecodiseño. Buscan soluciones a través del diseño de productos que permitan combinar las mejoras ambientales con la innovación y la reducción de costos.

5.3.- Industria de los contenidos.- Que duda cabe que la proliferación de los medios de comunicación está contribuyendo al crecimiento notable de la industria de los contenidos. Por ello, se está en presencia de empresas que están llamadas a crear y fomentar contenidos para que puedan ser incorporados, entre otras, en las distintas programaciones radiofónicas y televisivas.

6.2. ÁMBITO ANDALUZ: LOS DOCE SECTORES EMERGENTES.

La tendencia al **predominio de los servicios** entre los sectores económicos andaluces se ha ido consolidando en la última década y parece acentuarse según todos los indicadores. Eso supone que, al hablar de sectores emergentes, se considere a este ámbito como el que mayor abundancia de expectativas abre.

Así, podríamos hablar de **SECTORES CON PROYECCIÓN DE FUTURO EN ANDALUCÍA, razón por la cual a continuación se enumeran y describen brevemente algunas actividades empresariales que podríamos considerar como iniciativas empresariales con un esperanzador porvenir.**

1.- Servicios a domicilio (o “de proximidad”): Se trata de cubrir unas necesidades que tradicionalmente eran resueltas en el ámbito familiar pero la tendencia actual es demandar cierta calidad y responsabilidad en el servicio.

- Atención y compañía a enfermos, ancianos y discapacitados.
- Comida a domicilio.
- Labores domésticas.
- Cuidados de belleza.
- Ayuda física y psicológica a discapacitados.

2.- Asistencia integral para la tercera edad: de acuerdo con los informes que se barajan el 34% de las personas mayores tienen problemas de dependencia. El envejecimiento paulatino de la población abre un campo de actividades con muchas expectativas de futuro.

- Residencias con actividades de entretenimiento.
- Práctica de deportes moderados.
- Actividades de ocio.

3.- Cuidados de la infancia: estos servicios incluyen una gran variedad de formas de atención. Pueden prestarse tanto a individuos o familias como a colectivos u organizaciones (colegios, ayuntamientos, diputaciones, grandes empresas, etc.).

Las principales actividades desarrolladas en este grupo serían:

- Educación o enseñanza infantil.
- Apoyo psico-pedagógico.
- Comedores.
- Cuidados personales (alimentación, vigilancia e higiene).
- Educación infantil ambiental y rural.
- Actividades culturales y formativas extraescolares.
- Ocio y turismo infantil.

4.- Tecnologías aplicadas a la vida diaria: las nuevas tecnologías están contribuyendo a causar una verdadera revolución social, cultural y económica, y son muy rentables para los usuarios porque ahorran costes de desplazamiento y acceden al servicio sin límite de horarios.

En este campo se podrían destacar las siguientes actividades:

- Vigilancia de domicilios con cámaras.
- Cuidados médicos (telemedicina).
- Educación a distancia (teleformación).
- Ayuda y orientación psicológica a distancia.

5.- Mejora de viviendas y edificios en general: la mejora en la calidad de vida de las personas y del nivel cultural conlleva la exigencia de mejoras del entorno físico en el que esta se desarrolla.

- Climatización, insonorización, domótica, redes telemáticas, etc.
- Proyectos de rehabilitación y mantenimiento de locales comerciales, edificios públicos y centros de trabajo.

6.- Revalorización de espacios públicos urbanos: en los núcleos urbanos grandes y pequeños se observa un creciente interés por que éstos ofrezcan algo más que un lugar para dormir.

- Proyectos y estudios urbanísticos y medioambientales.
- Diseño, fabricación y mantenimiento de mobiliario urbano.
- Mantenimiento de zonas verdes públicas y privadas.

7.- Transporte para colectivos determinados: existen unas necesidades de transporte colectivo que no son cubiertas por el servicio tradicional proporcionado por las empresas públicas.

- Transportes locales.
- Transporte interurbano.
- Viajes para la tercera edad, excursiones escolares, etc.

8.- Servicios culturales y de ocio: son un yacimiento de iniciativas empresariales vinculadas con la mayor valoración de la calidad de vida y la revalorización social de los bienes culturales.

- Animación socio-cultural en espacios públicos y recintos comerciales.
- Aprovechamiento del patrimonio cultural, histórico, urbanístico y arquitectónico.
- Catalogación, estudios y producción de soportes de divulgación cultural.
- Formación deportiva y gimnasios integrales.

9.- Actividades medioambientales: Hasta hace pocas décadas se afirmaba que el crecimiento económico y la protección del medio ambiente eran contradictorios. Ello fue así en las primeras fases de la industrialización mundial, pero no más tarde cuando en los países desarrollados surge la preocupación por el entorno. Esta nueva línea de actividad es una manifestación de la mayor valoración del medio ambiente y la conciencia de necesidad de conservación del entorno bajo un punto de vista social, económico y administrativo.

De esta manera, nos encontraríamos con actividades encaminadas a:

- Protección y mantenimiento de zonas naturales.
- Estudios de impacto medioambiental.
- Repoblación forestal y animal.
- Gestión de los residuos.
- Energías renovables alternativas.
- Inspección y control de la contaminación.

- Gestión del ciclo del agua y planificación de reserva hidrológica.
- Ahorro del agua.
- Diseño, construcción y gestión de depuradoras de agua.
- Educación y sensibilización medioambiental.

10.- Nuevo turismo: a pesar de que Andalucía cuenta con una de las más amplias ofertas de atractivos turísticos de Europa, aún hay ámbitos de servicios poco cubiertos por la iniciativa privada. No se puede perder de vista que millones de personas de muy distintas nacionalidades se desplazan para conocer nuevos lugares, disfrutar del sol, de parajes singulares, tomar contacto con la historia y las culturas populares y practicar deportes relacionados con la naturaleza y el aire libre.

En este sentido destacan como actividades emergentes:

- Turismo rural y de naturaleza: barranquismo, escalada, espeleología, esquí, granjas escuela, rutas a caballo, senderismo, turismo termal, ala delta, escalada, turismo cinegético, etc.
- Turismo cultural: divulgación de eventos culturales, explotación de patrimonio privado, concesiones públicas de gestión del patrimonio histórico, visitas guiadas, etc.

Y sin que tampoco se puede obviar que estas actividades arrastran a su vez a:

- Diseño gráfico.
- Artes gráficas.
- Fotografía.
- Producción multimedia.

11.- Nuevas tecnologías de uso empresarial: En este sentido se incluyen nuevas actividades, que surgen como consecuencia de los avances tecnológicos y de aquellas que, a partir de esos avances, suponen la puesta de en servicio de nuevos canales de comunicación. Así, el carácter mayoritario de la pequeña empresa en el tejido empresarial andaluz hace relevantes las propuestas de jóvenes emprendedores en actividades que surgen como consecuencia de los expresados avances tecnológicos.

- Telecomunicaciones: atención de avisos y pedidos de toda índole, servicios de información al cliente o ciudadano, televentas, etc.
- Telemática y gestión de redes locales: estudios de optimización de recursos y redes, seguridad de redes, asesoría y consultoría en telecomunicaciones, diseños específicos de sistemas, etc.
- Internet: comercio electrónico, marketing y publicidad, teleadministración, telemedicina, teletrabajo, etc.

- Tratamiento de la información: búsqueda selectiva, creación de bases de datos, estudios de mercado, transmisión de información.
- Producciones audiovisuales, multimedia y páginas web.

12.- Otros servicios empresariales: La propuesta de este apartado tienen que resultar abierta, necesariamente. El acelerado impulso tecnológico y la presión por optimizar recursos se manifiesta en la realización fuera de la organización de tareas que solían realizarse por departamentos o personal propio.

- Alimentación: comedores, máquinas expendedoras, etc.
- Auditorías y consultorías.
- Apoyo jurídico, administrativo y contable.
- Implantación de sistemas de calidad total y emisión de certificaciones.
- Logística y suministros integrales.
- Limpieza y mantenimiento de instalaciones.
- Mensajería.
- Diseño e implantación de sistemas de prevención de riesgos laborales.
- Ingeniería de proyectos.
- Marketing, comunicación y relaciones públicas.
- Diseño, fabricación y distribución de equipamiento de prevención laboral.
- Diseño, fabricación y comercialización de equipamiento de prevención de seguridad.

6.3. ACTIVIDADES DESTACABLES POR PROVINCIAS.

En este apartado se relacionan determinadas opciones empresariales de cada una de las ocho provincias que constituyen nuestra Comunidad Autónoma, en base a los indicadores que ya en su día fueron publicados por la propia CEA, a los que obviamente ha habido que introducir elementos correctores que nos han venido impuestos por las circunstancias económicas y que, no obstante, siguen poniendo de relieve actividades con indicios claros de mayor proyección de futuro.

De todas formas, y tal como se expuso en su momento, hay que resaltar que si bien estos indicadores son factores a tener en cuenta, el éxito de una actividad empresarial radica fundamentalmente en la capacidad y actitud emprendedora del promotor.

1.- Almería:

- Agricultura biológica.
- Industria auxiliar de la agricultura.
- Viveros de plantas y árboles ornamentales.

- Procesamiento industrial, refrigeración y envasado de productos varios.
- La gestión de los residuos (especialmente plásticos).
- Limpieza y mantenimiento de zonas verdes.
- Energía alternativa, ahorro de agua, depuradoras.
- Revalorización de los espacios públicos urbanos:
- Emplazamiento y mantenimiento de mobiliario urbano.
- Transporte de mercancía por carretera.
- Materiales de construcción, derivados de la piedra, mármol, etc.

2.- Cádiz:

- Valorización del Patrimonio Cultural.
- Turismo cultural.
- Turismo de naturaleza.
- Piscicultura.
- Energía alternativa, principalmente eólica.
- Industria del corcho.
- Emplazamiento y mantenimiento de mobiliario urbano.
- Transportes locales o interurbanos para colectivos determinados.
- Industria auxiliar aeronáutica.

3.- Córdoba:

- Valorización del Patrimonio Cultural.
- Turismo cultural.
- Nuevas formas de turismo.
- Energía alternativa, principalmente eólica.
- Emplazamiento y mantenimiento de mobiliario urbano.
- Industrias frigoríficas y servicios relacionados.
- Joyería.

4.- Granada:

- Valorización del Patrimonio Cultural.
- Valorización del patrimonio arquitectónico-urbanístico.
- Nuevas formas de turismo (de naturaleza y cultural).
- Energía alternativa, principalmente eólica.
- Transportes locales o interurbanos para determinados colectivos.
- Industria y servicios auxiliares de la agricultura tropical (logística, apoyo de gestión y comercialización).

5.- Huelva:

- Turismo rural.
- Protección y mantenimiento de zonas naturales.
- Industria del corcho.
- Agricultura biológica.
- Implantación de sistemas de control medioambiental.
- Tratamiento de residuos (especialmente plásticos).
- Animación Turística (Hoteles).
- Servicios empresariales de apoyo a la industria cárnica (gestión, comunicación, comercialización).

6.- Jaén:

- Valorización del Patrimonio Cultural.
- Turismo rural y cinegético.
- Agricultura biológica.
- Protección y mantenimiento de zonas naturales.
- Energía alternativa (biomasa: a partir de la industria del aceite).
- Servicios empresariales de apoyo a la industria oliverera (gestión, comunicación, comercialización).

7.- Málaga:

- Protección y mantenimiento de zonas naturales.
- Desarrollos de Informática y Telecomunicaciones.
- Servicios empresariales de apoyo (gestión, comunicación, comercialización, calidad, riesgos laborales, etc.).
- Animación cultural (hoteles).
- Energía alternativa, principalmente eólica.
- Revalorización de los espacios públicos urbanos.
- Emplazamiento y mantenimiento de mobiliario urbano.
- Limpieza y mantenimiento de zonas verdes.
- Viveros de plantas y árboles ornamentales.

8.- Sevilla:

- Servicios empresariales de gestión (informática, comunicación, comercialización, calidad, prevención de riesgos laborales, etc.).
- Valorización del Patrimonio Cultural.
- Desarrollos de Informática y Telecomunicaciones.

- Nuevas tecnologías en su uso empresarial.
- Transportes locales o interurbanos para determinados colectivos.
- Turismo cultural.
- Industria auxiliar de la aeronáutica.
- Química de consumo.
- Valorización del patrimonio arquitectónico-urbanístico.
- Turismo congresual.

7. Conclusiones.

Es fácil comprender que predecir el futuro es imposible. No obstante, si gozamos de las más mínimas dotes de observación podremos advertir las tendencias de cambio que se están dando en estos momentos en la sociedad. Así, seremos capaces de adelantarnos y preparar el escenario en el que se va a desarrollar la economía europea en los próximos años.

Lejos de querer dogmatizar sobre el intrincado asunto que hemos desarrollado en torno a los denominados sectores emergentes, a través de estas breves conclusiones solamente pretendemos apuntar las principales ideas surgidas a lo largo del presente trabajo:

1º.- Las nuevas actividades han de basarse en la venta de productos y la prestación de servicios que gocen de **un mayor valor añadido**.

2º.- La utilización del marketing y la publicidad serán factores decisivos para **transmitir la idea de lo que realmente nos diferencia de los demás**.

3º.- Como línea de actuación prioritaria estará, de manera ineludible, **la resolución de los problemas de nuestros clientes**.

4º.- Dentro del marco que se ha dibujado a todo lo largo y ancho de esta publicación, **las personas están llamadas a interpretar un papel fundamental**.

4.1.- Capaces de idear nuevas cosas; el ser creativas.

4.2.- Tener grandes conocimientos y habilidades.

4.3.- Capacidad de resolución de problemas de los clientes.

5º.- La importancia de los recursos humanos.

6º.- El desarrollo del sector servicios por encima de otras actividades.

Todos estos elementos deberán contribuir a que dirijamos nuestro camino hacia una economía terciarizada y hacia una sociedad más nueva que termine por remover los cimientos sociales de los países más avanzados, tal y como lo ha anunciado, entre otros líderes políticos, el Presidente Barack Obama y, en consecuencia, debemos plantearnos, desde este mismo instante, los **auténticos retos para el futuro**, mediante:

- La profesionalización de la oferta.
- El salirse del camino marcado, dando prioridad a la innovación.
- El generar confianza entre los consumidores.
- La creación de servicios exportables, más allá del ámbito local.
- La creación de entornos aptos para el desarrollo de la iniciativa privada..
- La planificación y determinación del ámbito de las funciones público-privadas.

Y todo ello, en suma, para que seamos capaces de realizar nuestros sueños a pesar de la difícil coyuntura socio-económica a la que nos enfrentamos.



CEA Confederación de
Empresarios de Andalucía



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO