



**ACCIÓN
CONTRA EL
HAMBRE**

www.accioncontraelhambre.org

**Sectores emergentes
de emprendimiento
para jóvenes
en riesgo de exclusión**



www.accioncontraelhambre.org

Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión

Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión

Fundación Acción contra el Hambre, 2015
www.accioncontraelhambre.org

Coordinación: Fundación Acción contra el Hambre

Estudio realizado por: Fundación Tomillo y Fundación Acción Contra el Hambre.

Financiado por: Fondo Social Europeo, dentro del Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación 2007-2013

Diseño y Maquetación: Ayregraf Artes Gráficas, S.L.

Producción e Impresión: Ayregraf Artes Gráficas, S.L.

Impreso en España

Depósito Legal: M-40155-2015



Índice

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Introducción	9
2. Contexto	11
2.1. Una mirada a la Juventud	13
2.2. Una aproximación cuantitativa a las desigualdades por razón de género en el mercado laboral	14
2.3. Algunos datos generales de emprendimiento	16
3. Conceptos y marco metodológico.....	23
3.1. Aclaraciones de algunos conceptos	23
3.2. Marco metodológico	25
3.2.1. Enfoque metodológico general.....	25
3.2.2. Clave de información: el grupo focal de personas expertas.....	26
3.2.3. La metodología del análisis cuantitativo	28
4. Aproximación cuantitativa: los sectores y ocupaciones con potencial de crecimiento para la juventud	35
4.1. Resultados por grandes grupos de ocupaciones y actividades económicas	35
4.2. Resultados detallados por actividad económica y ocupación.....	38
5. Los sectores objeto de estudio.....	43
5.1. Selección sectores emergentes	43
5.2. Potencial de creación empleo por cuenta propia joven en los sectores seleccionados.....	45
5.3. Algunas consideraciones sobre los sectores emergentes	46
6. Sector Comercio.....	57
6.1. Caracterización del sector	57
6.2. Situación del sector y perspectivas de futuro.....	61
6.3. Los nichos de negocio en el sector comercio para jóvenes en riesgo de exclusión	64
6.4. Formación técnica y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector del comercio	66
6.5. Obstáculos para el emprendimiento en el sector	69
6.6. Perspectiva de género.....	70

7. Sector de la Economía Verde.....73

7.1.	Caracterización del sector	73
7.2.	Situación del sector y perspectivas de futuro.....	77
7.3.	Los nichos de negocio en el sector de la Economía Verde para jóvenes en riesgo de exclusión	81
7.4.	Formación técnica y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector de la economía verde	85
7.5.	Obstáculos para el emprendimiento en el sector	86
7.6.	Perspectiva de género.....	87

8. Sector Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC.....89

8.1.	Caracterización del sector	89
8.2.	Situación del sector y perspectivas de futuro.....	93
8.3.	Los nichos de negocio en el sector comercio para jóvenes en riesgo de exclusión	100
8.4.	Formación y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector TIC.....	101
8.5.	Obstáculos para el emprendimiento en el sector	104
8.6.	Perspectiva de género.....	105

9. Sector Turismo.....107

9.1.	Caracterización del sector	107
9.2.	Situación del sector y perspectivas de futuro.....	111
9.3.	Los nichos de negocio en el sector comercio para jóvenes en riesgo de exclusión	118
9.4.	Formación y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector del Turismo.....	120
9.5.	Obstáculos para el emprendimiento en el sector	125
9.6.	Perspectiva de género.....	126

10. Sector Servicio a las personas129

10.1.	Caracterización del sector	129
10.2.	Situación del sector y perspectivas de futuro.....	132
10.3.	Los nichos de negocio en el sector servicios a las personas para jóvenes en riesgo de exclusión	137
10.4.	Formación y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector servicios a las personas	139
10.5.	Obstáculos para el emprendimiento en el sector	140
10.6.	Perspectiva de género.....	144

11. Conclusiones..... 147

12. Bibliografía 151

13. Anexos 155

- 13.1. Guión de entrevistas a empresas..... 155
- 13.2. Guión de entrevistas a entidades del tercer sector..... 158
- 13.3. Plan de trabajo del grupo de trabajo 163
- 13.4. Documento de presentación del estudio y de reflexión enviado al grupo
de trabajo 164

14. Índice de figuras y tablas..... 173



1

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio se enmarca dentro de la estrategia de Acción contra el Hambre para reducir la exclusión social en España. Como consecuencia de la crisis económica desencadenada en 2008, casi 12 millones de españoles viven en exclusión social. Según el Plan Nacional de Acción para la Inclusión Social del Reino de España 2013-2016, los factores que inciden en la pobreza y la exclusión social son empleo, educación, vivienda y salud.

Teniendo en cuenta, por tanto, que la **exclusión laboral es uno de los principales factores de riesgo social**, desde Acción contra el Hambre decidimos intervenir en el ámbito del empleo para generar oportunidades para las personas en riesgo de exclusión sociolaboral. Nuestros programas tienen el objetivo de mejorar su empleabilidad a través de la adquisición de competencias que favorezcan su incorporación al mercado laboral, ya sea con un empleo por cuenta ajena o propia, mediante el emprendimiento.

Vives Proyecto aborda la mejora de la empleabilidad con respuestas innovadoras y complementarias a las ya existentes. Vives Proyecto se centra en la situación de desempleo de las personas vulnerables a través de una intervención integral, cuyas acciones, aunque se desarrollen de manera individual, impactan en el mismo objetivo. Se establecen tres niveles de actuación, cada uno de los cuales se define en función del tipo de beneficiario, pero todos los ejes ponen su foco en la mejora de la empleabilidad de personas en riesgo de exclusión y en facilitar su acceso al mercado laboral:

1. Vives Personas. El objetivo de este eje es mejorar la empleabilidad de personas en riesgo de exclusión sociolaboral, facilitando su acceso al empleo o mejorando su capacidad de emprendimiento, a través de dos itinerarios: el primero de ellos está basado en el desarrollo de competencias para el empleo; y el segundo, en la capacitación técnica para el emprendimiento. Ofrecemos programas innovadores de formación, asesoramiento y acompañamiento para favorecer la empleabilidad a través de la mejora de sus competencias, tanto para la búsqueda de un trabajo por cuenta ajena como para la puesta en marcha de una idea de negocio.

2. Vives ONG. El objetivo de este eje es aumentar el impacto mediante la colaboración con otras organizaciones no gubernamentales (ONG). Para ello, a través de la formación y el acompañamiento, trabajamos en mejorar la profesionalización de sus servicios de ayuda al emprendimiento para personas en riesgo de exclusión. En unos casos formamos a los técnicos de emprendimiento de las ONG; en otros casos, apoyamos y asesoramos a otras ONG en la creación y consolidación de sus propias empresas sociales. En ambos casos analizamos el impacto que el fortalecimiento de sus servicios de asesoramiento a emprendedores está teniendo sobre los propios beneficiarios.

3. Vives Ecosistema. El objetivo de este eje es la generación de redes y conocimiento, así como la participación en programas de intercambio de buenas prácticas e innovación, en foros y encuentros y en investigaciones, a fin de que el ecosistema de emprendimiento contribuya a que las personas en exclusión tengan oportunidades reales para emprender. Además, este eje de intervención desarrolla proyectos transnacionales, como el programa "Redes Europeas de



Emprendimiento Inclusivo”, que tiene como objetivo posicionarnos y actuar a escala europea para generar proyectos sobre emprendimiento inclusivo e innovación social aplicada al empleo en diversos países.

En este último eje se enmarca el presente estudio, ya que no existen investigaciones o estudios recientes donde se analice el emprendimiento como una opción para mejorar la vida de los jóvenes en riesgo de exclusión. Asimismo, existen pocas metodologías y herramientas específicas que permitan abordar el emprendimiento inclusivo con jóvenes, por lo que se identifica una gran demanda de conocimiento que mejore los esfuerzos de los diferentes actores por impulsar y consolidar el emprendimiento inclusivo. Por ello, desde Acción contra el Hambre, y en el marco de este proyecto, se plantea este estudio “Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión”, que tiene como objetivo identificar los potenciales sectores económicos en los cuales los jóvenes en riesgo de exclusión pueden emprender actividades económicas. Además del presente estudio, también se ha diseñado una herramienta de medición de competencias y una guía práctica de competencias emprendedoras, que contribuyan a la formación en competencias para emprender en los sectores con mayor potencial.

El estudio identifica los sectores donde los jóvenes en situación de riesgo de exclusión tienen mayores oportunidades de cara al futuro y, más concretamente, los nichos de mercado de cada uno de los sectores elegidos. Se describen las características propias de cada sector, así como sus debilidades y fortalezas de cara al futuro. También se identifican los requisitos técnicos y las competencias necesarias para poder acceder a trabajar en cada sector identificado.

A partir de estos resultados, se ha creado una herramienta de análisis, que permitirá conocer si una persona joven posee las competencias necesarias para emprender en un determinado sector, y en qué grado.

Una vez identificados los sectores de emprendimiento potenciales y los requisitos necesarios para emprender, se evalúan las competencias de cada persona. Se dispone de la *Guía para fortalecer competencias clave para los sectores emergentes de emprendimiento de jóvenes en riesgo de exclusión*, que contiene ejercicios prácticos para el desarrollo de estas competencias, así como los sistemas oficiales que permitirán obtener la cualificación técnica para desempeñar la actividad deseada.





2. CONTEXTO

2.1. Una mirada a la juventud

¿Cuántos son?

El número de personas jóvenes con edades comprendidas entre 18 y 35 años en España se elevaba a un total de 9.250.534 personas en el año 2014, según la Encuesta de Población Activa (EPA) de 2013 del Instituto Nacional de Estadística (INE). Teniendo en cuenta diferentes intervalos de edad, el número total de jóvenes de 18-24 años es de 3.199.351 (34,5%); los jóvenes de 25-29 años suman un total de 2.684.825 (29%); y los de edades comprendidas entre 30 y 34 alcanzan los 3.366.358 (36,4%). Por otra parte, sólo el 51% del total de jóvenes está ocupado, mientras que el otro 49% está en paro (24%) o inactivo (25%). Estos datos son todavía peores en el caso de los más jóvenes, entre los que sólo el 23% del total está ocupado.

¿Qué nivel formativo tienen?

Atendiendo a una clasificación de la población joven en España según su nivel de estudios, se observa que un 20% del total de jóvenes tiene estudios universitarios; un 11%, Formación Profesional de Grado Superior; otro 21% terminó estudios medios de Bachillerato; un 10%, Formación Profesional de Grado Medio; y un 29%, estudios de Secundaria. Al igual que ocurría con la ocupación, esta clasificación vuelve a ser muy diferente considerando sólo el tramo de edad de los más jóvenes, 18-24 años, pues el 34% de los jóvenes de estas edades tiene Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y otro 35%, Bachillerato, mientras que sólo un 7% tiene estudios universitarios. La Formación Profesional de Grado Medio mantiene su porcentaje, ya que un 9% de los jóvenes afirman tener dicha formación, mientras que la Formación Profesional de Grado Superior también se resiente respecto a la titulación que presentan los jóvenes de mayor edad, pues sólo un 7% de los más jóvenes dice tener dicha titulación.

Estos porcentajes ponen de manifiesto que los más jóvenes estudian hasta obtener titulaciones de nivel medio, abandonando después el acceso a estudios superiores. Por otro lado, confirman los datos ya conocidos de que en los últimos años se ha reducido la tasa de abandono escolar, dado que muchos jóvenes se han reincorporado al sistema educativo, si bien esta reincorporación es para obtener una titulación, ya sea el título de ESO o estudios posteriores, sin continuar con estudios superiores. La situación formativa de los jóvenes es uno de los factores determinantes de pobreza y exclusión y, como se puede comprobar, hay un elevado porcentaje de jóvenes que carece de alta cualificación.



En riesgo de pobreza y exclusión social

Por otra parte, analizando la tasa de pobreza y exclusión (indicador AROPE – At-Risk-Of Poverty and Exclusion–), del total de jóvenes de entre 18 y 34 años, según datos de la Encuesta de Condiciones de Vida (ECV) de 2014 del INE, el 34% se encontraban en esta situación, lo que supone más de 3 millones de jóvenes. La tasa de pobreza y exclusión se incrementa hasta el 40% en el caso de las personas más jóvenes, los de edades comprendidas entre los 18 y los 24 años, con más de 1,2 millones de personas afectadas. Teniendo en cuenta las variables “nivel de formación” y “edad”, la tasa de pobreza y exclusión (tasa AROPE), según los datos de la ECV de Eurostat 2014, es del 35% para las personas con más de 18 años que tienen estudios de primaria, del 28% para aquellas personas mayores de 18 años que tienen estudios medios (secundaria obligatoria y postobligatoria) y del 15% para los mayores de 18 años con estudios superiores. En el caso de los más jóvenes (18-24 años), estas tasas AROPE se elevan hasta el 58% para los que tienen estudios de primaria, hasta el 29% para los que tienen estudios de secundaria obligatoria y postobligatoria, y hasta el 24% para los que tienen estudios superiores.

Todos estos datos avalan la necesidad de emprender acciones y apoyar a las personas jóvenes para que puedan acceder al mercado laboral y salir de la situación de pobreza y exclusión, dado que los jóvenes en general, pero sobre todo los más jóvenes, presentan varios factores determinantes de riesgo de exclusión. En este sentido, el emprendimiento se presenta como una posible solución para acceder al mercado laboral y poder superar estos factores condicionantes del riesgo de exclusión.

El proyecto de Acción contra el Hambre está en la línea de apoyar a los jóvenes más desfavorecidos y en riesgo de exclusión. De ahí el interés de este estudio, que se desarrolla con el fin de identificar aquellos sectores económicos clave en cuanto a potencial de crecimiento futuro y, dentro de cada uno de ellos, las áreas de negocio donde puede tener cabida el emprendimiento. Por tanto, el contenido de este informe pretende dar respuesta a las necesidades detectadas en las personas jóvenes en riesgo de exclusión y aportar a los profesionales del ecosistema del emprendimiento una información que facilite los procesos de inclusión a través de este medio.

2.2. Una aproximación cuantitativa a las desigualdades por razón de género en el mercado laboral

La incorporación de las mujeres al mercado laboral constituye uno de los cambios de mayor trascendencia en los últimos tiempos, no sólo en la estructura del propio mercado, sino en la



organización social. El empleo, además de estar vinculado a la productividad de la actividad económica y a la capacidad de la población de proveerse de unos ingresos y un nivel de bienestar adecuado, constituye una de las actividades sociales fundamentales para la constitución de la propia identidad y la autoestima de la persona. Asimismo, se configura como una de las claves para lograr, de forma efectiva, la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

No obstante, y a pesar de los esfuerzos invertidos en ello y los muchos avances conseguidos, todavía son patentes las desigualdades que persisten entre mujeres y hombres en el ámbito laboral. Sin la pretensión de hacer un análisis exhaustivo en el estudio que nos ocupa –ya que desborda sus objetivos–, sí cabe poner de relieve algunos datos que ponen de manifiesto esta desigualdad:

1.- Las mujeres trabajan menos que los hombres

- La tasa de actividad de las mujeres (53,4%) es 12 puntos porcentuales inferior a la de los hombres, según los datos de la EPA correspondientes al tercer trimestre de 2015. En el caso de los jóvenes de entre 16 y 34 años, esta brecha es más estrecha (5,6 puntos), pero sigue siendo significativa.
- El desempleo afecta de manera más pronunciada a las mujeres: la tasa de desempleo de las mujeres asciende al 22,7%, mientras que la de los hombres se sitúa en el 19,9% en el tercer trimestre de 2015 según la EPA. Esta brecha asociada al desempleo se ha reducido como consecuencia de la crisis económica, debido a la destrucción del empleo masculino, pero se espera un repunte cuando el contexto económico mejore. En personas jóvenes, estas diferencias son más estrechas.

2.- Las condiciones de trabajo son peores que las de los hombres

- Perciben menores salarios. El indicador de brecha salarial no ajustado¹ en 2013 ascendía al 19,3% según los datos de Eurostat. Esta brecha salarial difiere si se tienen en cuenta otras variables, como los sectores económicos. Así, en España la brecha de género (no ajustada) en los salarios por hora en el año 2013 era positiva en todos los sectores. Los valores más altos corresponden, en primer lugar, al comercio al por mayor y al por menor y a la reparación de vehículos de motor y motocicletas (26,1%), seguido de sanidad y servicios sociales (25,4%) y manufactura (24,1%).
- Tradicionalmente, la temporalidad ha afectado más a las mujeres, si bien es cierto que en los últimos años el gap entre la tasa de temporalidad de mujeres y hombres se ha estrechado, hasta llegar a converger.
- Por su parte, la jornada parcial está dominada por las mujeres: el 72,1% de los empleos a tiempo parcial son ocupados por mujeres, tal y como pone de relieve la EPA correspondiente al tercer trimestre de 2015. Entre la juventud, esta diferencia es más tenue, ya que los jóvenes están especialmente afectados por este tipo de jornada (34,8% de las chicas de entre 16 y 34 años frente al 24,6%) de los jóvenes.

3.- Segregación horizontal²

- A pesar de los esfuerzos realizados, las mujeres y los hombres todavía tienden a trabajar en diferentes puestos de trabajo, y cada género suele predominar en diferentes sectores (segregación horizontal).
- Si se tiene en cuenta la distribución de las mujeres ocupadas por ramas de actividad, se observa que el 29,6% de las mujeres trabajan en la salud y servicios sociales, educación

¹ Este indicador se define como la diferencia relativa, en porcentaje, entre la retribución bruta por hora de las mujeres y los hombres.

² La segregación horizontal se define como la distribución no uniforme de mujeres y hombres en las distintas áreas de actividad, analizando los datos para un mismo nivel jerárquico. Generalmente, la segregación horizontal de la ocupación hace que las mujeres se concentren en puestos sensibles al sesgo de género debido a los estereotipos y roles que tradicionalmente se les han asignado.

y administración pública, el doble de la proporción de hombres en los mismos sectores (15,3%). Los hombres, por el contrario, se concentran en gran medida en la industria manufacturera (17,0%) y en la construcción (10,1%), a pesar de la crisis económica y la destrucción de empleo en dicho sector.

2.3. Algunos datos generales de emprendimiento

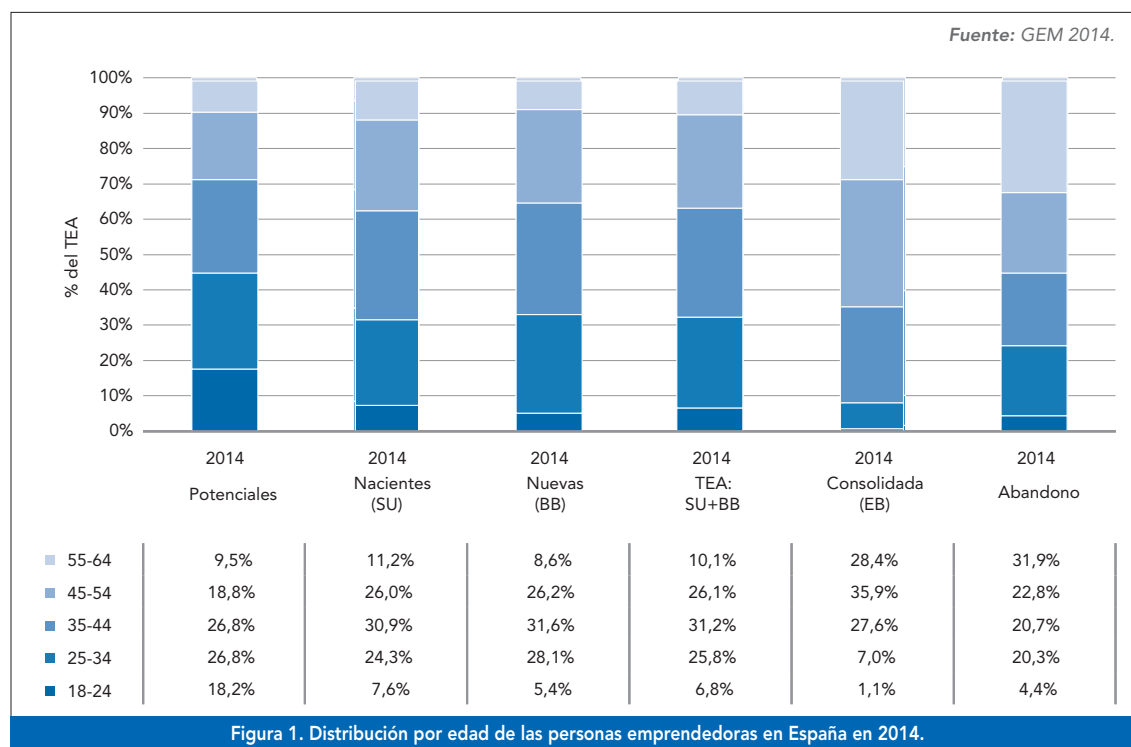
En este capítulo se van a presentar datos generales de emprendimiento según algunas de las características demográficas más relevantes para el presente estudio. Los datos que se presentan a continuación tienen como principal fuente de información el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de España. Las características demográficas de las personas emprendedoras en España que se van a tratar en los próximos apartados como más relevantes son la edad, el nivel de educación y de manera más detallada el sexo.

Distribución de las personas emprendedoras por edad

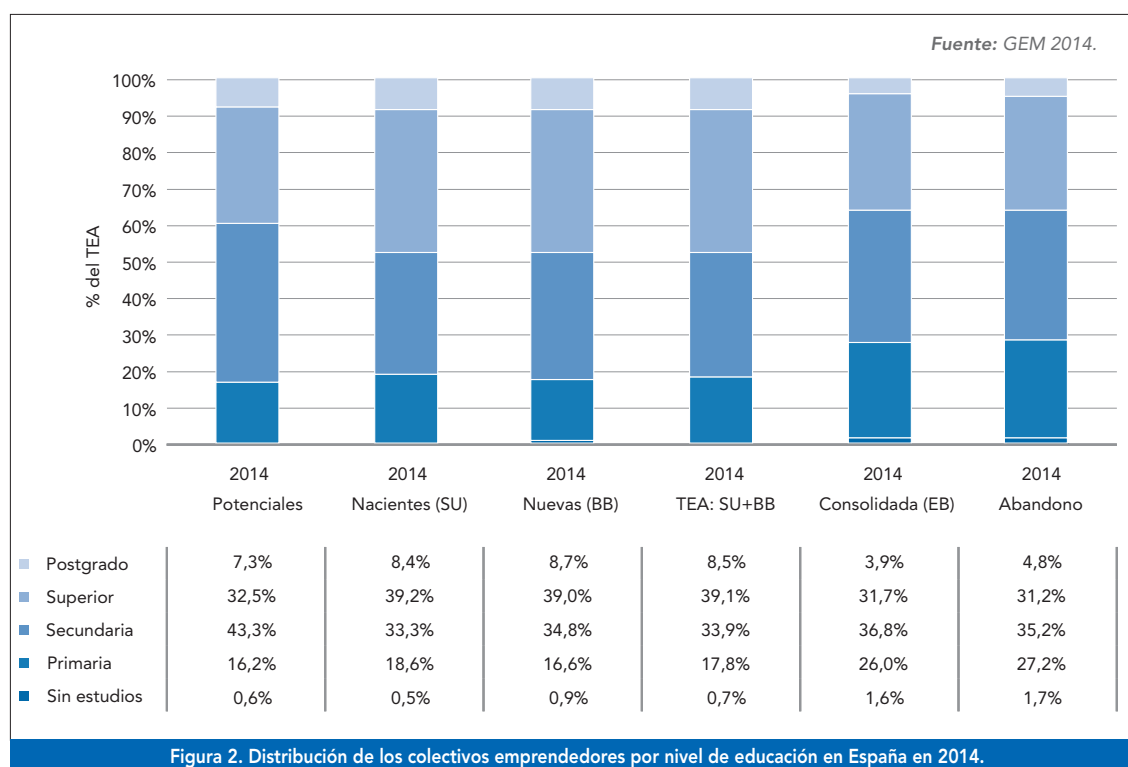
De acuerdo a los datos recogidos por GEM en España durante 2014, los emprendedores potenciales son el colectivo más joven, con una edad media de 37 años. Le siguen los emprendedores en fase inicial, con una edad media de 40,2 años; dentro de este grupo, la edad media de los emprendedores nacientes fue de 40,3 años, mientras que en el caso de los emprendedores nuevos la edad media fue de 40,1 años. Por su parte, la edad media de los empresarios consolidados identificados en 2014 fue de 48,2 años.

Por tramos de edad, tal y como muestra la **Figura 1**, los emprendedores potenciales tienen edades comprendidas principalmente entre los 25 y 34 años y los 35 y 44 años. Ambos tramos de edad suman más del 50% del total de emprendedores potenciales.

Los emprendedores en fase inicial no sólo se concentran en el tramo de 35 a 44 años, sino que



³ El proceso emprendedor según el GEM incluye emprendimiento potencial, emprendimiento naciente, emprendimiento nuevo y empresas consolidadas. El TEA (Total Entrepreneurial Activity) incluye el emprendimiento naciente y el emprendimiento nuevo. GEM entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la generación de una idea, continua con las acciones de su puesta en marcha, se lanza al mercado, entra en una fase de consolidación y pasa a la fase consolidada cuando sobrevive durante más de tres años y medio. Por índice TEA se entiende la tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado, sobre la población de 18-64 años residente en España.



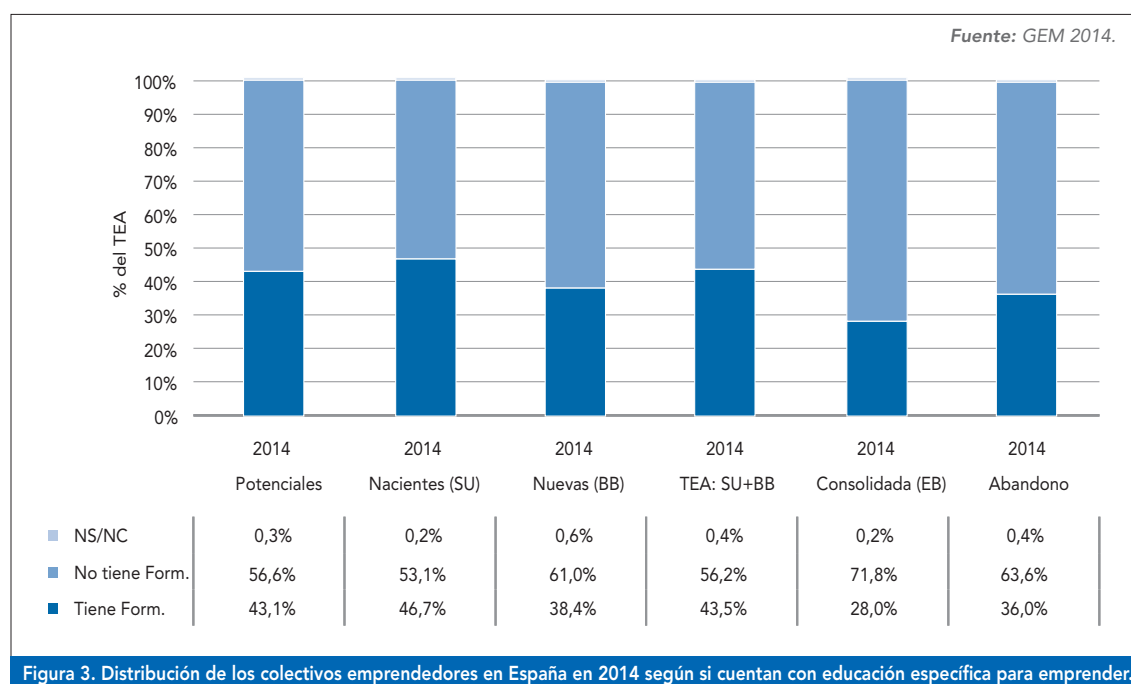
en general la población de 35 a 44 años parece ligeramente más propensa a emprender que el resto. En concreto, el 6,4% de la población de 35 a 44 años en 2014 estaba involucrada en actividades emprendedoras, mientras que en los demás tramos este porcentaje fue menor (por ejemplo, en la población de 25 a 34 años era del 6,3%).

En la evolución del TEA³ por edades, antes del 2010 el porcentaje de emprendedores era mayor entre la población de 25 a 34 años que entre la población de 35 a 44 años. Este cambio de tendencia durante los últimos años pone de manifiesto la importancia que durante la crisis ha cobrado la experiencia previa para emprender, ya que es de esperar que, de promedio, las personas de 35 a 44 años cuenten con mayor experiencia que las de los tramos de edad inferiores.

Distribución de las personas emprendedoras por nivel de educación

Otra característica relevante para ver la distribución de las personas emprendedoras es el nivel de educación. Los emprendedores en fase inicial que componen el índice TEA cuentan con formación superior o de posgrado en mayor proporción que el resto de grupos. En concreto, el 39,1% de los emprendedores en fase inicial identificados en 2014 tenía formación superior, y el 8,5% tenía formación de posgrado, mientras que alrededor de un tercio tenía apenas formación secundaria (33,9% del TEA). En el caso de los emprendedores potenciales, el 43,3% tenía como máximo formación secundaria; mientras que el 32,5% tenía formación superior (como licenciado, ingeniero o equivalente) y el 7,3% contaba con formación de posgrado (bien sea en máster o doctorado). Entre los empresarios consolidados, el porcentaje de los que tenían estudios superiores o de posgrado fue también menor que en el caso de los emprendedores en fase inicial (31,7 y 3,9% del total, respectivamente) (Figura 2).

El proyecto GEM también recoge información sobre la formación específica para emprender que han recibido aquellos que han sido identificados como emprendedores. En este caso, el 43,5% de los emprendedores en fase inicial y el 43,1% de los emprendedores potenciales que fueron identificados en 2014 afirmaron haber realizado algún tipo de formación específica para emprender a lo largo de sus vidas. Por el contrario, apenas el 28,0% de los empresarios consolidados afirmaron que tenían formación específica para emprender. En consecuencia, las personas que se encuentran en las primeras fases del proceso emprendedor hoy en día parecen estar mejor formadas que los colectivos que se encuentran en etapas más avanzadas dentro del proceso emprendedor (Figura 3).



Si se toma en cuenta a la población adulta en general, la estimación del TEA por nivel educativo ofrece idea más clara de qué perfil de formación alcanzada es más propenso a emprender. La propensión a emprender a lo largo de los últimos años ha sido mayor entre las personas adultas con un nivel de educación superior, seguido por las personas con nivel de educación medio y, por último, las personas con nivel de educación bajo. Cabe destacar que el estancamiento o caída de la actividad emprendedora a raíz de la crisis económica se empezó a notar desde el año 2007 entre las personas con niveles de educación bajo y medio, y desde el 2008 entre las personas con nivel de educación superior.

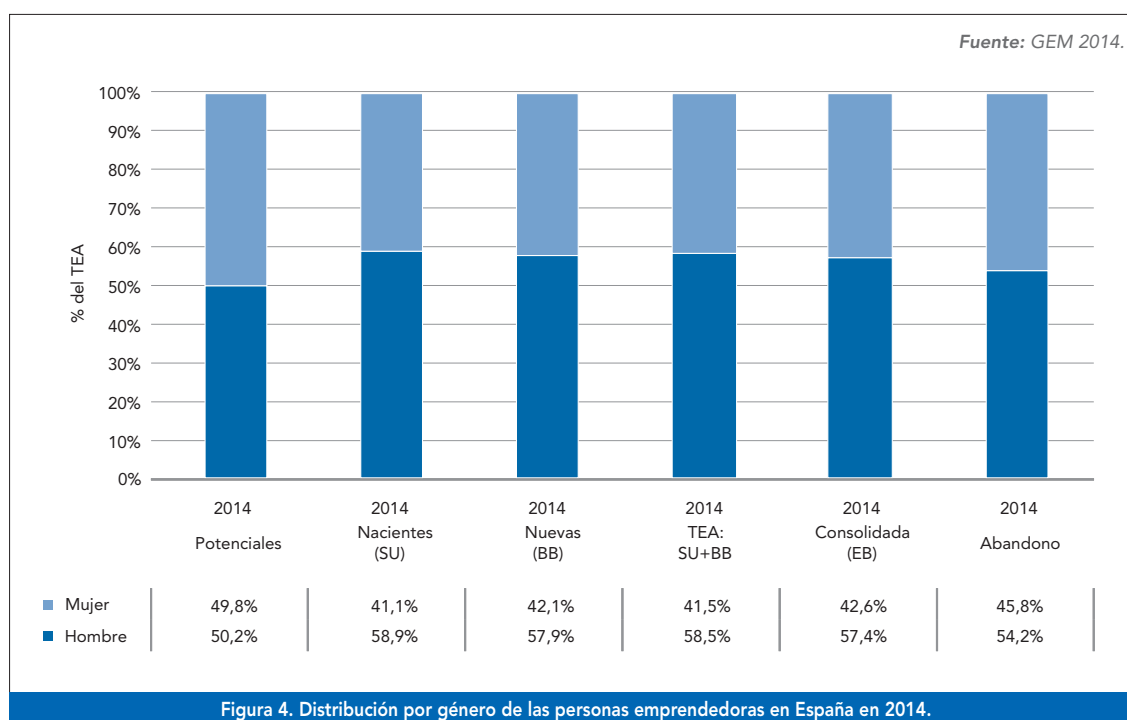
Distribución de las personas emprendedoras por sexo

Respecto a las mujeres, hay que señalar que en general presentan las mismas características y las mismas carencias que los hombres. En algunas instituciones del Tercer Sector que trabajan el emprendimiento, y con el apoyo del Instituto de la Mujer, se hace discriminación positiva para que la sociedad sea más igualitaria. En los últimos años se han vencido muchos prejuicios de la sociedad. En general, se tiene claro que hay que potenciar a la mujer, dado que tienen algunos obstáculos más que los hombres, como es el tiempo disponible.

Las mujeres muestran, en general, una gran disposición a emprender en cualquier sector, aunque en algunos casos tienen que romper barreras, como por ejemplo en la construcción, el mar o el transporte. En el caso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) hay menos problemas; tampoco los hay en el caso de actividades agrícolas ni en turismo.

La distribución de la población emprendedora por sexo refleja que emprender en España es una actividad en la que la participación masculina predomina sobre la femenina. En el año 2014, como ha venido siendo habitual en años anteriores, casi seis de cada diez emprendedores en fase inicial eran de género masculino (58,5% del TEA). Entre los emprendedores consolidados se puede observar también un peso relativamente mayoritario por parte de los hombres (57,4% del total). Sin embargo, en el caso de los emprendedores potenciales la participación parece haber sido más equitativa entre ambos géneros, ya que el 50,2% de este colectivo en 2014 eran hombres y el 49,8% eran mujeres (**Figura 4**).

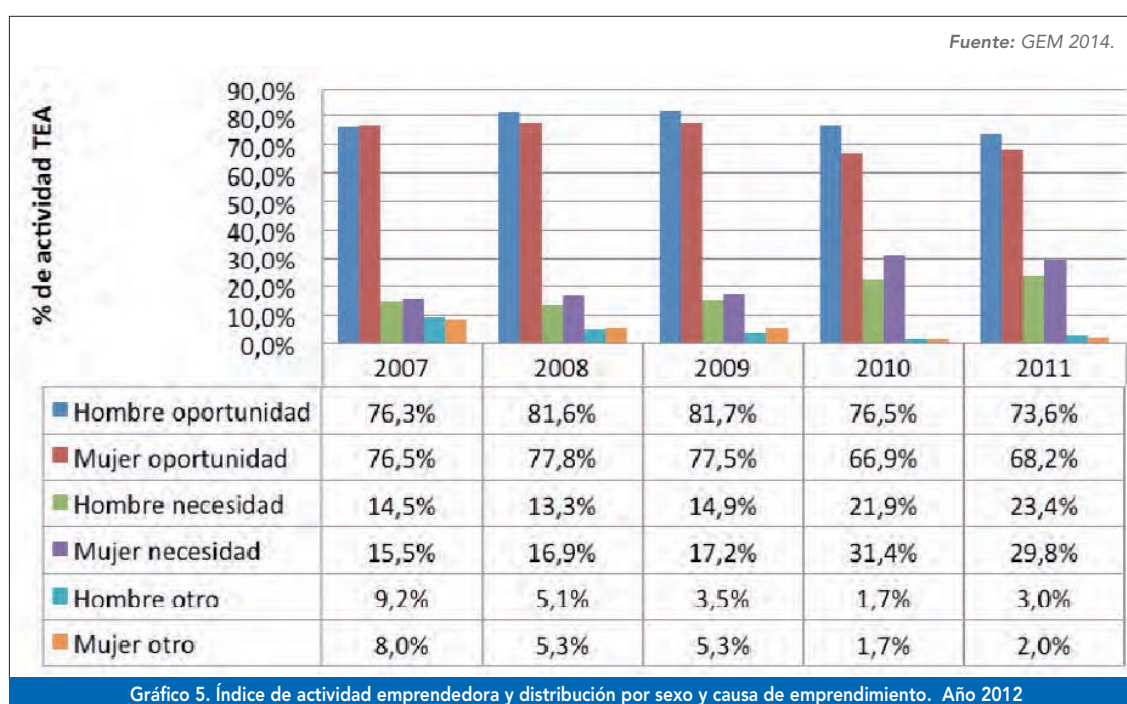
El índice TEA por género constata que la población adulta de hombres es, con diferencia, más propensa a emprender que la de mujeres. En 2014, el 6,35% de la población adulta masculina estaba involucrado en actividades emprendedoras en fase inicial, mientras que en el caso de la población adulta femenina apenas lo estaba el 4,57% del total. Esta diferencia entre hombres y mujeres ha existido a lo largo del tiempo. En concreto, durante el periodo 2005-2014,



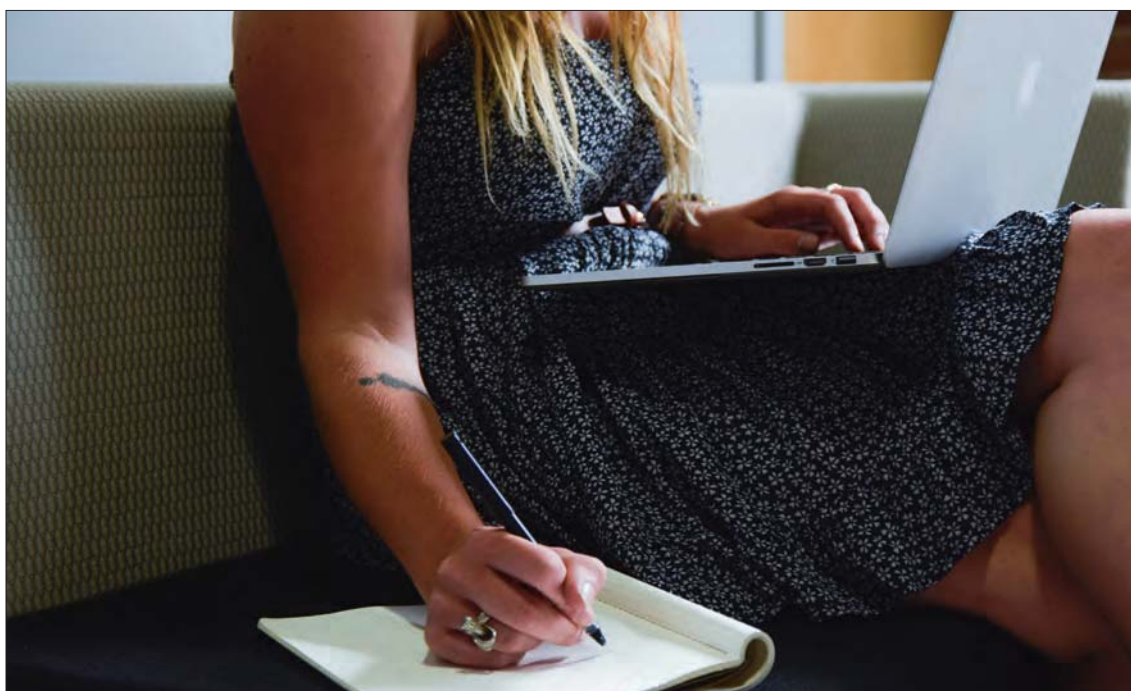
el TEA masculino ha variado entre el 5,4 y el 9,7%, mientras que el TEA femenino ha variado entre el 2,9 y el 6,0%. Si bien en 2013 el TEA masculino disminuyó y el TEA femenino aumentó, reduciendo ligeramente las diferencias de género, en el último año ambos índices TEA han aumentado, manteniéndose las diferencias (Figura 5).

A continuación se resaltan algunas de las principales características del emprendimiento femenino:

- No hay diferencias sustanciales entre emprendedoras y emprendedores por edad ni tamaño de hogar. La gran diferencia viene del hecho de que las mujeres suelen ser cabezas de familia: tienen que poner el negocio y mantener a una familia.



- Sí hay diferencias en el emprendimiento según el nivel de formación: el porcentaje de mujeres con estudios medios y superiores que emprende es mayor que el de hombres (34% y 28,4% en 2012, respectivamente). Sí hay diferencias en el nivel de capital humano específico: las emprendedoras tienen más (47% frente a 44%), aunque tienen menos experiencia emprendedora.
- Sí hay diferencias por nivel de renta: el 65,1% de los emprendedores posee rentas altas, pero el porcentaje baja al 52,1% en el caso de las mujeres.
- Las mujeres son menos propensas a desplegar relaciones con redes de tipo empresarial, tales como empresas del sector, proveedores y clientes, así como con entidades de capital riesgo y otros inversores y con asociaciones profesionales y empresariales.
- El grado de autoconfianza de las emprendedoras es menor, su temor al fracaso es mayor y la identificación de oportunidades, menor.
- La participación femenina en sectores de base tecnológica media o alta es menor que la masculina: 6,7% de las iniciativas femeninas en 2012.
- Si bien el grado de innovación en productos o servicios solía ser mayor en las iniciativas femeninas (22,9% y 18,9%, respectivamente, en 2008), la crisis parece haber afectado más a las mujeres, con ratios en el año 2012 del 16,4% y el 20,7%, respectivamente.
- Las mujeres utilizan tecnologías más antiguas, y sólo un 9,2% utiliza tecnologías de última generación, frente a un 14,3% de los hombres.
- Apenas hay diferencias en el grado de competencia de las iniciativas de mujeres y hombres, ni en la capacidad exportadora de unas y otros, aunque con pequeñas diferencias a favor de las mujeres en la competencia y a favor de los hombres en la exportación.
- El acceso a la financiación: si bien antes de la crisis no había diferencias, ahora parece que las mujeres son menos ambiciosas y/o requieren menos financiación que los hombres.
- Los hombres solicitan más financiación externa que las mujeres (33,4% y 31,8% en 2011), porque éstas encuentran difícil pedirla, porque creen que no se la van a conceder y porque no quieren tener deudas.





3. CONCEPTOS Y MARCO METODOLÓGICO

3.1. Aclaraciones de algunos conceptos

- Jóvenes en riesgo de exclusión
- Emprendimiento
- Nichos de negocio

¿A qué nos referimos al hacer alusión a “jóvenes en riesgo de exclusión”?

Antes de abordar la definición del concepto “joven en riesgo de exclusión”, se deben tener en cuenta algunas consideraciones.

El concepto joven no tiene mayor complejidad que fijar el intervalo de edad de las personas que se consideran jóvenes. En el presente estudio se ha fijado la edad mínima en 18 años y la edad límite en 35 años. Después de una larga discusión entre expertos y las diferentes personas participantes en el estudio y, a pesar de que las estadísticas oficiales consideran en la mayoría de los casos que la edad límite para determinar el concepto de joven es de 29 años, se concluyó que dicho límite se extendía hasta los 35 años. La explicación está, por un lado, en que una parte de los jóvenes alargan cada vez más la edad de estudio y, por otra parte, cada vez se emancipan a una edad mayor —en España, la edad de emancipación está en torno a los 29 años—; finalmente, porque es difícil emprender a edades más tempranas. Por ello, se ha considerado oportuno considerar los 35 años como la edad límite para que a una persona se la considere joven. Este estudio está dirigido a todas aquellas personas emprendedoras, y se entiende que, si reúnen algunos de los factores antes señalados, será difícil que puedan realizar acciones de emprendimiento con menos edad.

El concepto de “riesgo de exclusión” sí parece más complejo, porque es un fenómeno multidimensional, y existen diferentes enfoques teóricos para abordarlo. Todos ellos están de acuerdo en que existen factores estructurales y personales que contribuyen a que una persona resulte excluida, pero existen más diferencias a la hora de considerar los elementos clave. Lo que sí parece tener consenso es que deben comprenderse y abordarse debidamente los vínculos entre las causas de la exclusión social, si se quiere que las acciones, políticas y programas para afrontarla sean eficaces. Obtener mayor información sobre la exclusión social de los jóvenes en general es esencial para comprender sus causas y efectos y encontrar soluciones. Tenemos que entender quiénes son los jóvenes en situación de riesgo, cuántos son, dónde están y, desde una perspectiva política y práctica, qué funciona con quién, dónde y cómo.

En este estudio se van a considerar múltiples factores determinantes del riesgo de exclusión, entre los que destacamos:

- La inadecuación o insuficiencia de la formación.
- La falta de bienes, de derechos de propiedad o de acceso a créditos.
- La carencia de oportunidades.
- Un precario trasfondo social (padres con bajo nivel educativo; padres con reducidos ingresos o en situación de desempleo de larga duración; familias con escasos recursos económicos y sociales, etc.).
- Problemas de acceso a una vivienda y otras necesidades básicas no satisfechas.
- Desventaja general o discriminación por razón del sexo.
- Estereotipos relativos al género.

- Condiciones precarias y desfavorables en determinados segmentos del mercado laboral, sobre todo en aquellos en los que pueden encontrar un empleo (inestable), aquellas personas que han abandonado prematuramente el sistema educativo, los trabajadores sin cualificación profesional o los jóvenes desempleados que sí cuentan con una cualificación.
- Falta de apoyo institucional en los niveles educativo, profesional y social.
- Condiciones legales.
- Factores culturales tales como valores culturales familiares y calidad de las relaciones familiares; cultura de los trabajadores inmigrantes e individuos pertenecientes a minorías étnicas.
- Discriminación por origen étnico o cultural.
- Motivos de salud.

En definitiva, en este estudio el concepto “jóvenes en riesgo de exclusión” se refiere a aquellas personas con edades comprendidas entre 18 y 35 años que por uno o varios de los factores señalados anteriormente se encuentran en situación de desventaja.

¿Qué es emprender para los jóvenes en situación de riesgo?

El emprendimiento en general se concibe como una actividad fundamental y prioritaria para el desarrollo económico y social del país. El emprendimiento es generador de riqueza, y la riqueza genera empleo y el empleo, bienestar. Sin embargo, el emprendimiento es un tema difícil de abordar porque existe poca educación emprendedora y, además, tanto el emprendimiento como el fracaso están muy estigmatizados. Desde Europa se está apoyando el emprendimiento como línea estratégica de la economía y el empleo. Existen buenas perspectivas para el emprendimiento, se promueve la cultura del emprendimiento y existe mayor interés social y más oportunidades de financiación. Se está creando un buen ecosistema emprendedor, algo que se considera fundamental para la sociedad.

El camino del emprendimiento es difícil para cualquier persona, no sólo por los recursos, las competencias y conocimientos que es necesario desarrollar, sino porque no siempre se consiguen los resultados económicos esperados, o su consecución puede demorarse en el tiempo.

Los jóvenes en riesgo de exclusión suelen ser más sensibles a estas circunstancias: en ocasiones no disponen de recursos para mantenerse durante el proceso de emprendimiento, suelen



Figura 6. Esquema general de la investigación.

tener más dificultades para financiarse, menos formación y menos competencias sociales y profesionales. Por eso es tan importante que todos los agentes implicados trabajen juntos optimizando esfuerzos y poniendo a su disposición las mejores soluciones (metodológicas, técnicas, financieras, etc.) para allanarles el camino. En el caso de los más vulnerables, existen más elementos de discriminación, más obstáculos que salvar y más desconfianza de la sociedad y oposición del entorno más cercano. En la mayor parte de los casos, los jóvenes en riesgo de exclusión no emprenden por oportunidad, sino por necesidad. Por regla general, no tienen motivación, y en muchos casos sólo tienen la necesidad urgente de generar ingresos, y creen que por ello hay que montar un negocio o hacerse autónomos.

El emprendimiento para los jóvenes en riesgo de exclusión, según la opinión de las entidades del Tercer Sector que abordan el emprendimiento y con jóvenes en riesgo de exclusión consultadas en el marco del proyecto, es una alternativa al empleo por cuenta ajena y significa, en primer lugar, crear el propio puesto de trabajo y en un futuro, si el proceso se consolida, crear la empresa. En este sentido, se hace referencia al autoempleo (o autónomos), pero también a otras formas de participación, como es el caso de las cooperativas o de otro tipo de modalidades de economía social.

¿Qué son los nichos de negocio para emprender?

El concepto de “nichos estratégicos de negocio” hace referencia a segmentos identificables en el mercado en el que una empresa puede hacer negocio; es decir, responder con su oferta a unas demandas de producto, mercado-clientes, tecnología y geografía diferenciados, actuando competitivamente, buscando maximizar ingresos-facturación y resultados-beneficios.

Es importante no confundir este concepto con las divisiones, departamentos, secciones u otras unidades organizativas de la empresa, que se crean para orientar y dirigir la misma para obtener resultados. Estas unidades son una forma estructural u organizacional de administrar las áreas de negocio.

3.2. Marco Metodológico

3.2.1. Enfoque metodológico general

El enfoque metodológico para abordar el presente estudio es de carácter cualitativo, con una base cuantitativa, y se sustenta en la idea de que ambas técnicas han permitido lograr una descripción detallada del fenómeno que se pretende estudiar, con una amplia concepción



Figura 7. Metodología de trabajo del desarrollo de la investigación.

de características y competencias y una visión totalmente práctica de la investigación. Desde nuestra perspectiva, la combinación de un enfoque cuantitativo y cualitativo ha dado mayor robustez a los resultados, en tanto que son técnicas complementarias, cuya conjunción ofrece una visión multidimensional.

En lo que respecta al análisis cuantitativo basado en técnicas de estadística descriptiva con la explotación de microdatos y la aplicación de un ejercicio de prospección, ha permitido detectar los sectores económicos clave para el futuro del empleo.

Por otro lado, los métodos cualitativos seleccionados (grupo focal con personas expertas y una batería de entrevistas) han permitido obtener toda la información necesaria para realizar la prospección de los sectores emergentes de emprendimiento, establecer las características propias de éstos en cuanto a debilidades y fortalezas, así como las competencias que la juventud debe tener para lograr éxito.

El proceso de investigación seguido para abordar el estudio, elaborar la herramienta y la guía de competencias sigue la metodología de trabajo reflejada en las **Figuras 6 y 7**.

3.2.2. Clave de información: el grupo focal de personas expertas

La participación de personas expertas en esta investigación se considera crucial, sobre todo en el proceso de definición y validación de los sectores económicos con potencial de crecimiento y emprendimiento.

La selección de las personas expertas se ha realizado teniendo en cuenta su perfil, conocimientos y experiencia en diferentes ámbitos, como el emprendimiento, la exclusión, los jóvenes y el empleo.

Es importante resaltar en este punto la buena predisposición mostrada por todas las personas expertas contactadas, así como su implicación y esfuerzo. Su colaboración ha sido indispensable para recabar la información necesaria de cara a abordar el presente estudio. Las personas que han participado en el grupo focal se detallan en la **Tabla 1**.

PERSONA	ENTIDAD
Ana Isabel Alarcón	Acción contra el Hambre
Teresa Arranz	AD Los Molinos
José Alberto Crespo	INJUVE
Lola Daganzo	Fundación Nantik Lum
Elvira González	Centro de Estudios Económicos Tomillo
Guillermo Guerrero	Federación Nacional de Trabajadores Autónomos-ATA
Leticia Henar	Centro de Estudios Económicos Tomillo
María Luisa Medrano	Universidad Rey Juan Carlos I
Marina Muñoz	Asociación La Rueca
Adolfo Palomares	Cámara de Comercio de Madrid
Cecilia Ríos García	Cruz Roja
María Rodríguez	Fundación Tomillo

Tabla 1. Personas expertas participantes en el grupo focal desarrollado en el marco del estudio

Objetivos y metodología del grupo focal

La aplicación de la técnica del grupo focal al estudio ha permitido a este núcleo de expertos aportar contribuciones valiosas para la resolución de un problema complejo como el que se plantea: realizar un ejercicio de detección de los sectores económicos con potencial de crecimiento, así como identificar los factores de exclusión y acotar algunos obstáculos y condicionantes que pueden presentar los jóvenes en riesgo a la hora de emprender.

En particular, la celebración de este grupo focal se realizó con el fin de obtener una opinión grupal fidedigna destinada a:

- Identificar los sectores emergentes por áreas de negocio para los jóvenes en riesgo de exclusión social, teniendo en cuenta la perspectiva de género y atendiendo además, y en la medida de lo posible, a distintos perfiles y necesidades regionales.
- Determinar los posibles obstáculos, debilidades y amenazas que la juventud en riesgo de exclusión social ha de enfrentar para iniciar un negocio en esos mercados.

En este marco metodológico, y al objeto de dinamizar el debate, promover la reflexión previa y hacer así más eficiente el funcionamiento del grupo, se diseñó como herramienta de trabajo un documento previo.

Las personas que han contestado a las entrevistas individualizadas se detallan en la **Tabla 2**.

SECTOR	ENTIDAD	PERSONA ENTREVISTADA	CARGO DE LA PERSONA ENTREVISTADA
COMERCIO	Eroski	Alejandro Martínez	Director General Fundación Eroski
	Coto Consulting	Pedro Reig	Director
ECONOMÍA VERDE	ATEGRUS (Asociación Técnica de Gestión de Residuos, Aseo Urbano y Medioambiente)	Esther Vecino Gutiérrez	Técnico
	Fundación Biodiversidad (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente)	Silvia Fernández-Campa de Luis	Coordinadora
	Agón Ingeniería y Arquitectura	Matilde Vergara	Directora de arquitectura
	Sociedad española de agricultura ecológica-SEAE	Víctor Gonzalez	Director Técnico
TURISMO	Asociación Española de Profesionales de Turismo	Antonio Fernández-Escribano Arbizu	Secretario
	ASETUR (Asociación Española de Turismo Rural)	Jesús Marco Lucia	Presidente
	Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITUR TURISMO E INNOVACIÓN)	Carlos Romero Dexeus	Director de Investigación, Desarrollo e Innovación Turística
TIC	Indra	Alicia Fernández del Viso	Responsable Acción Social
	Fundación Telefónica	Luis Miguel Olivas Torrijos	Gerente Proyectos Sociales de Europa
	APP Date	Elena Baños	Dirección Estratégica
SERVICIOS A LAS PERSONAS	Asociación Española de Servicios a la persona-AESP	Alicia Novalvos	Coordinadora general
	Lares Federación	Juan Iganacio vela Caudevilla	Presidente
TERCER SECTOR	Fundación Accenture	Elena Marinas Hurtado	Responsable proyectos Autoempleo
	Asociación Española de Microfinanzas	Jaime Manuel Durán Navarro	Presidente
	Fundación INCYDE	José María Párraga	Director Técnico
	Fundación Tomillo	María Rodríguez Serrano	Técnico
	Fundación Accenture	Elena Marinas	Responsable proyectos Autoempleo
	CRUZ ROJA	Cecilia Ríos García	Responsable técnico de Proyectos de autoempleo

Tabla 2. Personas expertas participantes en las entrevistas individualizadas en el marco del estudio

3.2.3. La metodología del análisis cuantitativo

La metodología implementada se apoya en la selección de ocho países europeos que tienen similitudes con España, esto es, en términos de especialización productiva y producto interior bruto (PIB) per cápita, pero donde el mercado laboral funciona mejor, con el fin de identificar las actividades económicas y las ocupaciones que pudieran generar más empleo joven que el de los niveles actuales.

Con ello, se calcula el indicador llamado “intensidad de empleo”, que nos proporciona la relación del número de personas jóvenes ocupadas con el tamaño de la población joven y nos permite reconocer las actividades y ocupaciones donde existen oportunidades de negocio para este colectivo en España. Sin embargo, este ejercicio es doble, ya que se obtiene el indicador para el empleo general y, específicamente, para el autoempleo (datos que se obtienen del análisis de las cifras de empleo general y las tasas de autoempleo según los microdatos de la EPA). Una vez obtenido dicho indicador, se realiza un estudio por combinaciones de actividad económica-ocupaciones, que permite matizar, en términos de cualificación, el potencial de creación de empleo. Con todos estos datos es posible definir qué actividades económicas/ocupaciones tienen una mayor ventaja competitiva.

Por último, y para dar respuesta al objetivo del estudio, es interesante analizar cuál es el sesgo de género de estos empleos potenciales; es decir, qué porcentaje del potencial de empleo es “masculino” y “femenino”, con el fin de ayudar a fomentar el autoempleo entre las mujeres jóvenes.

La metodología se estructura en las siguientes etapas:

1. Selección de países de referencia.
2. Cálculo del indicador “intensidad en el empleo”.

1.- Selección de países de referencia

En primera instancia, se seleccionan un conjunto de países de referencia. Teniendo en cuenta el objetivo de este trabajo, se consideran las siguientes dimensiones: poblacional, del empleo, económica y de estructura del mercado de trabajo..

a. La dimensión poblacional. Dado que España tiene 46,7 millones de habitantes para efectuar la comparativa se desestiman por su pequeño tamaño, en primer lugar, aquellos Estados miembro con una población menor a cuatro millones de personas. Con ello, de los 28 países de partida para las cuales se cuenta con información, se obtienen 21 países.

- Para medir la población se ha tomado el indicador: Población a 1 de enero de 2014 clasificada por grupos de edad y sexo de Eurostat.

b. La dimensión del empleo. Al objeto de comparar España con aquellos países europeos que se encuentran en la mejor situación en términos de empleo, se aplica un segundo filtro que permite identificarlos. Para ello, se seleccionan los Estados que tienen una tasa de ocupación de 15 a 64 años mayor o igual al 59,6%⁵ (Figura 8).

Adicionalmente, con ello se garantiza que en dichos países puedan identificarse, cuando sea posible, combinaciones de actividad y ocupación con una intensidad de empleo superior a la española y que, por tanto, tengan potencial de creación de empleo.

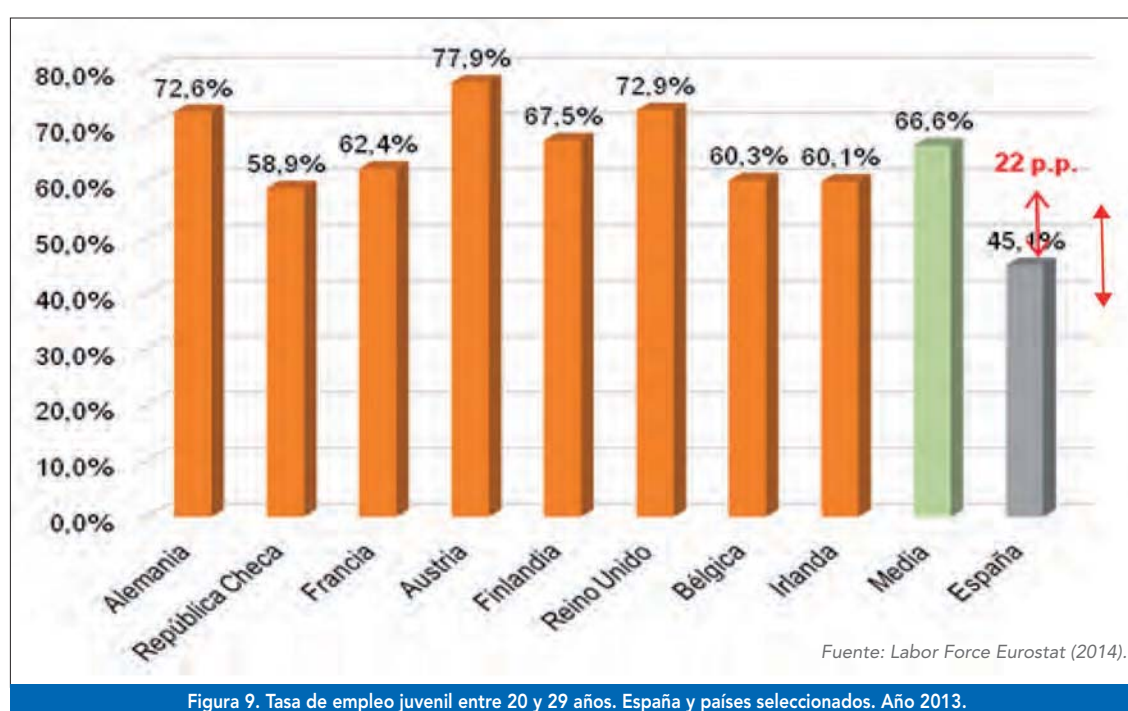
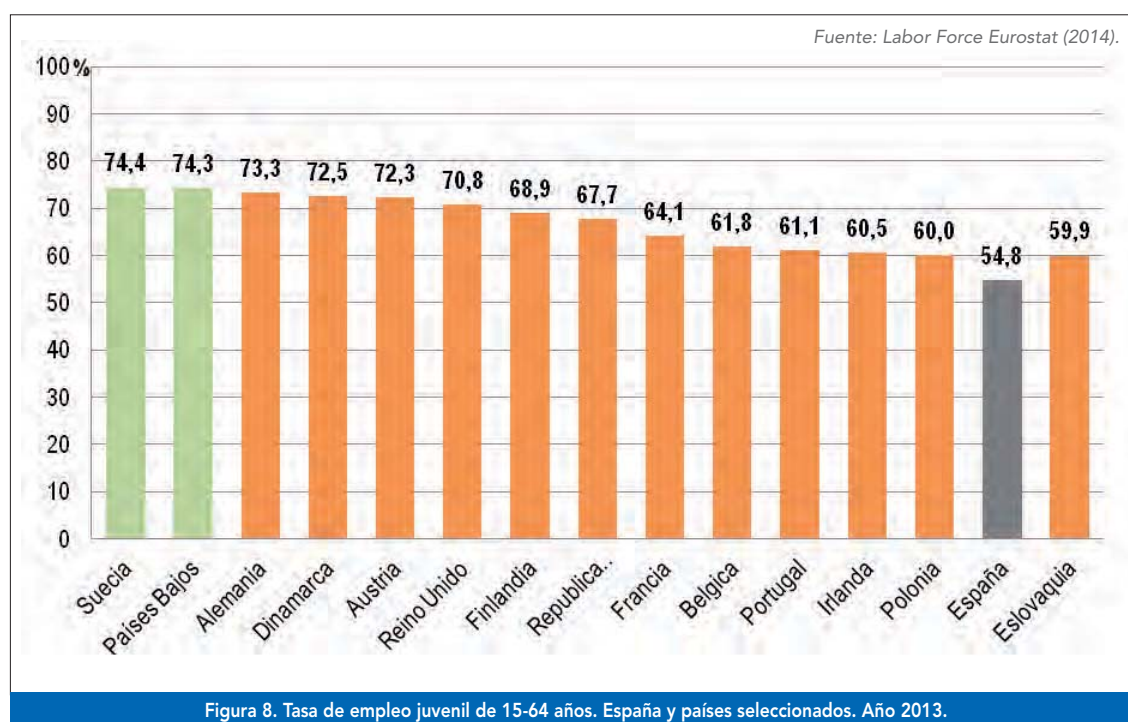
⁴ A efectos de estos cálculos, se ha considerado población joven la situada entre los 20 y los 29 años, ya que por debajo de los 20 años no existía muestra suficiente para abordar el ejercicio, pues las tasas de actividad son muy limitadas en el tramo de edad de 16 a 20 años. Por otro lado, se consideran los 29 años como edad tope, aun cuando en el estudio en general se alude a menores de 35 años, porque es la edad establecida en el ámbito europeo como definición de persona joven. De hecho, en el Plan Nacional de Garantía Juvenil se establece como tope dicha edad. A un lado estas consideraciones, ya se ha comentado que en el presente estudio se ha decidido ampliar la edad de persona joven hasta los 35 años para dar un mayor margen para iniciar un proceso de emprendimiento, como así lo muestran las estadísticas sobre emprendimiento por edad.

⁵ El corte del 59,6% se establece en función del análisis de los valores de tasa de empleo de 15 a 64 años (2013) observados en el conjunto de los países europeos. Fuente: EUROSTAT.

Finalmente, se escogen 14 países, correspondientes a los “mejores” en lo que respecta al mercado laboral.

- El indicador empleado en este caso es: la tasa de empleo de 15 a 64 años para el año 2013, datos disponibles a la fecha de realización del análisis clasificados por grupos de edad y sexo de Eurostat.

No obstante, antes de proseguir en la descripción de la metodología, hay que poner de relieve que los resultados finales se hallan condicionados por el hecho de que, en España, la tasa de empleo juvenil en 2013 (45,1% según los datos de Eurostat) es mucho más baja (22 puntos porcentuales) que la media de los países seleccionados (66,6%). Llama la atención el diferencial que existe, por ejemplo, con países como Austria o Alemania, en los que estas tasas ascienden al 77,9% y 72,6%, respectivamente. Este panorama influye en los resultados, ya que en la





mayor parte de ocupaciones y actividades el potencial de creación de empleo es considerable (Figura 9).

Es importante aclarar que en esta fase se han descartado dos países por distintas razones. En primer lugar Suecia, ya que no se disponía de datos de personas jóvenes empleadas. En segundo lugar los Países Bajos, y la razón que subyace a esta decisión es evitar las posibles distorsiones en los resultados atribuidas a una estructura del mercado laboral holandés en la que el empleo a tiempo parcial es muy importante (en 2013, el 50% de la población empleada de entre 15 y 64 años en Holanda lo hacía a tiempo parcial, frente al 16% de España, según los datos de la *Labour Force Survey* ofrecidos por Eurostat).

Por último, hay que añadir que los criterios definidos en cada una de las dimensiones de población y empleo se han aplicado de manera consecutiva; es decir, primero el que se refiere a la dimensión poblacional y, una vez preseleccionados los países, se ha considerado el criterio asociado a la dimensión del empleo.

En la selección final se han considerado otros dos criterios a la hora de determinar qué países son los que tienen la similitud que se busca: la dimensión económica y la estructura del mercado de trabajo.

c. La dimensión económica. Se trata de relacionar los países que sean más parecidos a España en cuanto a nivel de renta y estructura económica, en particular la especialización productiva regional.

- En cuanto a productividad económica, se usan los datos del PIB per cápita a precios de mercado, medido en paridades de poder de compra que ofrece Eurostat para el año 2013.
- Como indicador de especialización productiva regional se utiliza el peso del sector servicios (ramas G-U) sobre el valor añadido bruto (VAB) nacional total. Se ha obtenido el VAB a precios básicos (NACE Rev. 2)⁶ para el año 2013 de Eurostat. Se observa que el sector servicios genera el 72,8% del VAB.

⁶ NACE Rev. 2 es la Clasificación Estadística de Actividades Económicas en la Comunidad Europea, correspondientes a la CIIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas) Rev. 4 a nivel europeo.

A continuación, una vez medido el grado de semejanza a España de estos países seleccionados, y teniendo en cuenta la dimensión económica, se utiliza la distancia euclídea, que nos permite calcular el parecido entre dos países entre las dos variables.

$$Distancia\ Euclídea_{ei} = \sqrt{(Xe - Xi)^2 + (Ye - Yi)^2}$$

Donde:

Xe: renta per cápita de España

Xi: renta per cápita del país i

Ye: peso del sector servicios en España

Yi: peso del sector servicios en el país i

La selección de países atendiendo a estos cálculos es: Alemania, República Checa, Francia, Austria, Finlandia, Reino Unido, Bélgica, Irlanda, Portugal y Polonia.

d. La dimensión de la estructura del mercado de trabajo. Se desea calcular cómo se estructura el mercado de trabajo en términos de empleo por actividades económicas y ocupaciones de España, y su relación con el resto de países.

Es importante que existan combinaciones actividad-ocupación de España en el resto de países. Como consecuencia, el criterio adoptado es el de mayor número de coincidencias entre estas combinaciones.

- El indicador escogido ha sido el número de combinaciones de actividades económicas y ocupación de las personas empleadas en cada Estado miembro correspondientes al año 2013, partiendo de la explotación *ad hoc* de la *Labour Force Survey* solicitada a Eurostat.

Tras estos pasos, hay que hacer las siguientes matizaciones:

- La aplicación de los criterios asociados a las dimensiones económica y de estructura del mercado de trabajo se ha realizado de manera simultánea.
- Se descartan Polonia y Portugal al carecer de suficiente muestra de datos para hacer los análisis.

Tras los criterios de selección aplicados se obtienen ocho países, que son los que, con un mejor comportamiento en términos de empleo, se asemejan a España en su economía y estructura productiva y del mercado de trabajo en lo que se refiere a una combinación de actividad económica y ocupación. Estos países son Alemania, República Checa, Francia, Austria, Finlandia, Reino Unido, Bélgica e Irlanda.

Estos países constituyen la referencia para determinar las combinaciones de sector y/u ocupación de la economía española que se encuentran infradesarrollados y, por tanto, son potenciales generadoras de empleo, en general, y por cuenta propia, en particular.

2.- De la intensidad en el empleo a los sectores económicos y ocupaciones con mayor potencial de crecimiento en el empleo.

Una vez obtenidos los países de referencia, es necesario calcular el potencial de crecimiento en el empleo según las distintas combinaciones actividad-ocupación de los jóvenes españoles de entre 20 y 29 años (éste es el tramo de edad con el que se ha trabajado, tal y como se ha explicado al principio de la metodología del análisis cuantitativo –ver nota 4–, ya que por debajo de los 20 años no existe muestra suficiente para abordar el ejercicio, pues las tasas de actividad son muy limitadas en el tramo de edad 16 a 20 años). Para ello, existen dos subetapas: cálculo del indicador de intensidad en el empleo y cálculo del potencial de creación de empleo.

1. Cálculo del indicador de intensidad en el empleo

El indicador construido para llevar a cabo un ejercicio comparativo entre los países de referencia seleccionados y España es la intensidad del empleo. Este indicador relaciona el número de personas empleadas jóvenes por cada 1.000 habitantes en cada una de las combinaciones de actividad económica y ocupación, calculado para las distintas zonas de referencia (España y los ocho países seleccionados).

El algoritmo correspondiente a los cálculos, es el siguiente:

$$\text{Intensidad de empleo}_{\text{país } i, \text{activ.ec. } j, \text{ocupación } k} = \frac{\text{Número de personas jóvenes empleados}_{\text{país } i, \text{activ.ec. } j, \text{ocupación } k}}{\text{Población}_{\text{país } i}} \times 1.000$$

Donde:

i: ocho países seleccionados.

j: 1,..., n actividades económicas a dos dígitos de la NACE.

k: 1, ..., n ocupaciones a dos dígitos de la ISCO.

La lógica que subyace a este indicador es detectar, en última instancia, cuáles son las necesidades de la población en cuanto a la producción de bienes y servicios y cómo estas necesidades se traducen en mayor o menor creación de empleos jóvenes según actividades económicas y ocupaciones.

2. Cálculo del potencial de crecimiento del empleo

Este cálculo se realiza en función del indicador de potencial de creación del empleo en España (que tiene en cuenta la ratio de intensidad del empleo medio de los países seleccionados y la población total de España) y el número de empleos jóvenes existentes en España.

La ratio de intensidad del empleo, tal y como ya se ha explicado, proporciona información acerca del número de empleos en la actividad económica y la ocupación correspondiente, pero tomando en consideración la población total cuya demanda de bienes y servicios se estaría "atendiendo" con el número de personas jóvenes empleadas dadas.

Por ejemplo, en el caso de que en una combinación actividad económica-ocupación X el indicador de intensidad del empleo para el país Y y para España fuera de 5,5 y 4,5 respectivamente, la interpretación sería la siguiente: en España 4,5 personas empleadas en esa actividad económica y ocupación atienden a una población de 1.000 habitantes, en tanto que en el país Y esta ratio sería de 5,5 personas. Si España tuviera la misma ratio que el país Y, entonces contaría con una persona empleada más por cada 1.000 habitantes.

En el caso del presente informe, y teniendo en cuenta que la referencia que se toma para comparar España son los ocho países seleccionados, la intensidad del empleo considerada se calcula como una media aritmética de las intensidades de empleo de cada uno de los países seleccionados, tal y como se puede ver en la siguiente expresión:

⁷ CNAE: Clasificación Nacional de Actividades Económicas, conocida también por sus siglas en inglés NACE (Statistical classification of economic activities in the European Community).

⁸ CNO: Clasificación Nacional de Ocupaciones, conocida también por sus siglas en inglés ISCO (International Standard Classification of Occupations).

*Intensidad en el empleo media*_{activ.ec,j,ocupación k}

$$= \sum_{i=1}^n \frac{\text{Intensidad en el empleo país}_i}{n}$$

Donde:

i: 1,..., 8; países seleccionados.

j: 1,..., n actividades económicas a dos dígitos de la CNAE⁷.

k: 1, ..., n ocupaciones a dos dígitos de la CNO⁸.

Y el potencial de creación del empleo en España en la siguiente:

*Potencial de creación del empleo en España*_{activ.ec,j,ocupación k}

$$= (\text{Intensidad del empleo media países seleccionados}_{\text{activ.ec,j,ocupación k}} \times \text{Población de España})$$

Y, por tanto, el algoritmo final es el siguiente:

*Potencial de creación de empleo juvenil neto en España*_{activ.ec,j,ocupación k}

$$= \text{Potencial de creación del empleo de España} - \text{Número de empleos de jóvenes en España}_{\text{activ.ec,j,ocupación k}}$$

Donde:j: 1,..., n actividades económicas a dos dígitos de la CNAE.

k: 1, ..., 10 ocupaciones a un dígito de la CNO.





4. APROXIMACIÓN CUANTITATIVA: LOS SECTORES Y LAS OCUPACIONES CON POTENCIAL DE CRECIMIENTO PARA LA JUVENTUD

Como primer paso en la detección de los nichos de negocio de emprendimiento se ha abordado la implementación de una metodología innovadora que permita aproximarse a la cuestión desde un punto de vista más cuantitativo, y que se basa en tomar como referencia un número determinado de países europeos que, desde el punto de vista del empleo, tienen mejores resultados.

El objetivo es definir aquellas actividades y/o ocupaciones⁹ que, en función de las características de la economía y el tamaño de la población de España, se encuentran infra desarrolladas y, por tanto, tienen un potencial de crecimiento respecto a los países de referencia.

En este contexto es importante resaltar que esta metodología constituye un ejercicio teórico especialmente interesante para determinar las tendencias del mercado de trabajo y del empleo por cuenta propia, en virtud de las necesidades de la población. En este sentido, las cifras resultantes han de ser interpretadas no tanto como el valor en sí mismo, sino como la definición de aquellos sectores y/u ocupaciones que, con mayor probabilidad, crecerán a medio y largo plazo, con mayor o menor intensidad. Por tanto, constituye una guía para determinar los nichos de emprendimiento.

4.1. Resultados por grandes grupos de ocupaciones y actividades económicas

La comparación de la intensidad de empleo de España con la media de los ocho países seleccionados resulta en un “número total de empleos potenciales” de 3.415.245. Y ello significa un “potencial de creación neta de empleo” de 1.179.274 empleos/personas. Esto supondría un incremento del 52,7% en el número de empleos de jóvenes respecto a la situación actual (**Tabla 3**).

Según los datos correspondientes a la Encuesta de Población Activa del segundo trimestre de 2013, el número de personas jóvenes de entre 20 y 29 años se sitúa en España en 5,13 millones, de los que el 73,7% es población activa¹⁰.

En cada grupo de ocupación se emplean los siguientes indicadores:

- 1.- **Número total de empleos potenciales:** se refiere al número total de empleos de jóvenes de entre 20 y 29 años que debería haber teniendo en cuenta las ratios de intensidad en el empleo.
- 2.- **Potencial de creación de empleo bruto:** número de empleos para jóvenes que se crearán por ocupación, teniendo en cuenta que ya hay empleos creados en la economía española correspondientes a esa ocupación y en distintas actividades económicas. Por tanto, es el resultado de restar al número de empleos potenciales el número de empleos

⁹ Por actividad económica se entiende, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU Rev. 4), la combinación de diversos factores –recursos humanos, materiales, recursos financieros y organizacionales– para la producción de bienes y servicios. Las principales actividades económicas son: Agropecuaria, Actividades extractivas, Industrias manufactureras, Electricidad y agua, Construcción, Comercio, Transporte, Comunicaciones, Enseñanza, Salud, Actividades financieras y Otros servicios.

Por ocupación se entiende, según la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO): un conjunto de empleos cuyas principales tareas y cometidos se caracterizan por un alto grado de similitud. La ocupación se refiere al tipo de trabajo realizado por la persona empleada, independientemente de la actividad económica del establecimiento donde trabaja (por ejemplo, la industria) o cuál es su situación en el empleo. Las ocupaciones son: Directores y gerentes, Profesionales científicos e intelectuales, Técnicos y profesionales de nivel medio, Personal de apoyo administrativo, Trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados, Agricultores y trabajadores calificados agropecuarios, forestales y pesqueros, Oficiales, operarios y artesanos de artes mecánicas y oficios, Operadores de instalaciones y máquinas y ensambladores, Ocupaciones elementales y Ocupaciones militares.

¹⁰ Datos extraídos de la explotación del fichero de microdatos de la EPA correspondiente al segundo trimestre de 2013, INE. Se ha tomado ese año, ya que es la anualidad a la que hacen referencia los datos de empleo.

ya existentes en España para los jóvenes de entre 20 y 29 años en distintas actividades económicas, y el resultado es un valor positivo; por eso se habla de creación.

3.- **Potencial de destrucción de empleo bruto:** número de empleos que se destruirán por ocupación; esto es, al número de empleos potenciales se le resta los empleos existentes en España para los jóvenes de entre 20 y 29 años en distintas actividades económicas, y el resultado es un valor negativo, de ahí que se defina como destrucción.

4.- **Potencial de creación de empleo neto:** hace referencia a la diferencia entre los empleos nuevos que se crearán (2) y los que se destruirán (3) en neto.

La interpretación de los indicadores 2 y 3 requiere pensar en que hay personas que pueden seguir en la misma ocupación, pero cambiando de actividad económica. Esto explica que haya creación y destrucción en un mismo grupo de ocupación.

5.- **Empleo neto sobre el empleo de España:** porcentaje que representa el potencial neto de creación de empleo sobre el número de empleos actuales por ocupación para la población de entre 20 y 29 años.

Un análisis de los resultados lleva a pensar que:

- “Se crearían” y “se destruirían empleos” por grandes ocupaciones, dependiendo de las actividades económicas de las que se trate.
- España necesita crear empleos de media cualificación entre los jóvenes, en especial en las ocupaciones de “técnicos y profesionales de nivel medio”, y también empleos técnicos.
- Se ven oportunidades claras de **recualificación sectorial** dentro de una misma ocupación, como es el caso de “trabajadores de los servicios y vendedores de comercios y mercados”.

Ocupaciones	Número total de empleos potenciales	Potencial de creación bruto (1)	Potencial de destrucción bruto (2)	Potencial de creación neto (1) - (2)	Empleo neto % sobre empleo España
Ocupaciones militares	23.358	92	- 3.109	3.017	-11,4%
Directores/as y gerentes	52.473	30.242	- 620	29.622	129,6%
Técnicos/as y profesionales científicos e intelectuales	498.022	155.324	- 6.294	149.030	42,7%
Técnicos/as; profesionales de apoyo	584.037	387.598	- 12.748	374.850	179,2%
Empleados/as contables, administrativos/as y otros empleados/as de oficina	393.760	187.304	- 978	186.325	89,8%
Trabajadores/as de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	833.813	194.756	- 72.290	122.466	17,2%
Trabajadores/as cualificados/as en el sector agrícola, ganadero, forestal y pesquero	50.643	13.387	- 1.306	12.081	31,3%
Artesanos/as y trabajadores/as cualificados/as de las industrias manufactureras y la construcción (excepto operadores de instalac.)	475.974	241.384	- 3.633	237.751	99,8%
Operadores/as de instalaciones y maquinaria, y montadores	214.737	96.659	- 8.840	87.819	69,2%
Ocupaciones elementales	288.428	90.661	- 108.315	17.654	-5,8%
TOTAL	3.415.245	1.304.312	- 125.039	1.179.274	52,7%

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Potencial de creación de empleo por grandes grupos de ocupaciones para jóvenes de entre 20 y 29 años (ISCO 1 dígito)

- Se aprecia una necesidad de potenciar la formación entre los niveles de **ocupación de menor cualificación** ("ocupaciones elementales"), puesto que los resultados apuntan a la necesidad de destruir empleos en estas ocupaciones.

Por lo que respecta al análisis desde la perspectiva de las actividades económicas, las tendencias que se determinan son las siguientes (**Tabla 4**):

- Al igual que ocurría en las ocupaciones en cada una de las secciones NACE, "se crearían" y "se destruirían" empleos, lo que da idea de la oportunidad de recualificación de los jóvenes sin necesidad de cambiar de sector económico para encontrar un empleo.

Actividades	Número total de empleos potenciales	Potencial de creación bruto (1)	Potencial de destrucción bruto (2)	Potencial de creación neto (1) - (2)	Empleo neto % sobre empleo España
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	57.843	11.267	- 48.490	37.223	-39,2%
Industrias extractivas	5.921	4.935	- 320	4.616	353,6%
Industria manufacturera	498.028	266.276	-	266.276	114,9%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	20.946	11.502	- 244	11.258	116,2%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	13.346	4.993	- 4.307	686	5,4%
Construcción	271.297	159.974	-	159.974	143,7%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	619.489	128.832	- 7.968	120.863	24,2%
Transporte y almacenamiento	143.789	70.250	-	70.250	95,5%
Hostelería	254.737	34.784	- 55.938	21.153	-7,7%
Información y comunicaciones	108.512	36.006	- 6.727	29.279	37,0%
Actividades financieras y de seguros	113.296	69.739	-	69.739	160,1%
Actividades inmobiliarias	22.444	15.127	- 491	14.636	187,5%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	184.081	75.551	- 1.499	74.052	67,3%
Actividades administrativas y servicios auxiliares	141.408	53.311	-	53.311	60,5%
Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	168.813	85.105	- 3.853	81.252	92,8%
Educación	205.332	76.026	- 1.048	74.978	57,5%
Actividades sanitarias y de servicios sociales	394.622	243.368	- 4.394	238.974	153,5%
Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento	70.294	12.120	- 13.434	1.315	-1,8%
Otros servicios	90.090	18.722	- 3.710	15.012	20,0%
Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico; actividades de los hogares como productores de bienes	11.802	364	- 65.712	65.348	-84,7%
Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales	582	582	-	582	
Sin respuesta	18.574	18.574	-	18.574	
TOTAL	3.415.245	1.199.944	- 20.670	1.179.274	52,7%

Tabla 4. Potencial de creación de empleo por grandes grupos de actividades para jóvenes entre 20 y 29 años (NACE 1 dígito)

Fuente: elaboración propia.



- Las actividades con mayor potencial de creación entre la juventud son los **“servicios sanitarios y sociales”**, lo que parece estar acorde con el proceso de envejecimiento de la población y una demanda de dichos servicios cada vez más amplia y especializada.
- Por su parte, otras actividades a destacar por volumen de empleo a crear son las referidas a la **“industria manufacturera, la construcción o el comercio al por menor”**. En el caso de la construcción, y a pesar de que a priori no parece compatible con el elevado volumen de empleo destruido en dicho sector, dos son las razones que lo justifican: la recuperación económica, y con ella del sector, y, sobre todo, porque la potencialidad viene de la mano de actividades económicas de construcción especializada y con un mayor nivel de cualificación.
- También se definen **especialidades propias de la estructura económica de España** y que llevan consigo a que el ejercicio planteado tenga como resultado la destrucción de empleo neto en sectores clave como la **“hostelería”**. Ello no es sino reflejo de la especialización productiva que España tiene en el sector turismo, y no significa que el empleo en dicho sector no tenga potencial de crecimiento.
- Por su parte, y respecto a la actividad económica ligada a los **“hogares como empleadores de personal doméstico”**, se apunta una tendencia considerable a la reducción de empleo. Este hecho responde a una cuestión cultural y, en especial, a la falta de profesionalización del sector dedicado a las tareas asociadas al mantenimiento y limpieza del hogar, así como al cuidado de menores o personas mayores.

4.2. Resultados detallados por actividad económica y ocupación

En el marco de la prospección que se aborda en esta investigación, resulta interesante asimismo descender al detalle de las combinaciones entre ocupación y actividad económica para definir los nichos de empleo y sectores en los que los jóvenes pueden tener futuro.

En primer lugar, del análisis por ocupaciones y, en particular, de las **50 combinaciones de ocupación y actividad económica que más empleos crean** (un total de 705.000), se pueden inferir las conclusiones que a continuación se detallan (Tabla 5):

Ocupación (ISCO)	Actividad económica (NACE)	Potencial de creación de empleo neto	Potencial de creación de empleo por ocupación
Ayudantes de preparación de alimentos	Servicios de comidas y bebidas	11.445	11.445
Conductores/as de vehículos y operadores/as de equipos pesados móviles	Transporte terrestre y por tubería	8.277	8.277
Empleados/as contables y encargados/as del registro de materiales	Almacenamiento y actividades anexas al transporte	9.030	41.283
	Comercio al por menor excepto de vehículos de motor y motocicletas	8.986	
	Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	8.466	
	Actividades jurídicas y de contabilidad	8.125	
	Actividades auxiliares a los servicios financieros y a los seguros	6.677	
Empleados/as en trato directo con el público	Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones	23.991	23.991
Ensambladores/as	Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	6.561	6.561
Especialistas en organización de la administración pública y de empresas	Actividades jurídicas y de contabilidad	11.886	21.891
	Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones	10.005	
Limpiadores/as y asistentes	Actividades de servicios sociales sin alojamiento	7.385	7.385
Oficiales y operarios/as de la construcción excluyendo electricistas	Actividades de construcción especializada	59.094	72.547
	Construcción de edificios	13.454	
Oficiales y operarios/as de la metalurgia, la construcción mecánica y afines	Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	21.013	45.858
	Fabricación de maquinaria y equipo noop	14.055	
	Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	10.789	
Oficinistas	Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	14.474	14.474
Operarios/as y oficiales de procesamiento de alimentos, de la confección, ebanistas, otros artesanos y afines	Fabricación de muebles	6.491	6.491
Otro personal de apoyo administrativo	Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	6.138	6.138
Profesionales de la enseñanza	Educación	42.816	42.816
Profesionales de las ciencias y la ingeniería de nivel medio	Actividades de construcción especializada	10.065	26.108
	Fabricación de maquinaria y equipo noop	9.350	
	Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	6.692	
Profesionales de nivel medio de servicios jurídicos, sociales, culturales y afines	Educación	11.253	38.348
	Servicios de comidas y bebidas	11.120	
	Actividades de servicios sociales sin alojamiento	9.082	
	Asistencia en establecimientos residenciales	6.892	
Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas	Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	33.941	82.726
	Actividades jurídicas y de contabilidad	14.025	
	Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones	10.517	
	Actividades inmobiliarias	9.007	
	Comercio al por menor excepto de vehículos de motor y motocicletas	7.789	
	Actividades sanitarias	7.446	
Profesionales de tecnología de la información y las comunicaciones	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	13.293	13.293
Profesionales en derecho, en ciencias sociales y culturales	Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	6.318	6.318
Trabajadores/as de los cuidados personales	Asistencia en establecimientos residenciales	30.007	99.868
	Actividades de servicios sociales sin alojamiento	24.147	
	Educación	13.502	
	Actividades sanitarias	11.349	
	Servicios de alojamiento	14.891	
	Otros servicios personales	5.973	
Trabajadores/as especializados en electricidad y la electrotecnología	Actividades de construcción especializada	12.635	12.635
Vendedores/as	Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	13.760	47.007
	Industria de la alimentación	10.321	
	Servicios de comidas y bebidas	9.271	
	Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	7.024	
	Comercio al por menor excepto de vehículos de motor y motocicletas	6.631	
TOTAL		705.051	705.051

Tabla 5. Las 50 combinaciones de ocupación y actividad económica a dos dígitos ISCOD y NACE, respectivamente, con mayor potencial de creación de empleo neto ordenadas según la ocupación de creación de empleo neto ordenadas según la ocupación.

Fuente: elaboración propia.

Actividad económica (NACE)	Ocupación (ISCO)	Potencial de creación de empleo	Potencial de creación de empleo por actividad
Actividades auxiliares a los servicios financieros y a los seguros	Empleados contables y encargados del registro de materiales	6.677	6.677
	Oficiales y operarios de la construcción excluyendo electricistas	59.094	81.795
Actividades de construcción especializada	Profesionales de las ciencias y la ingeniería de nivel medio	10.065	
	Trabajadores especializados en electricidad y la electrotecnología	12.635	
Actividades de servicios sociales sin alojamiento	Limpiadores y asistentes	7.385	40.614
	Profesionales de nivel medio de servicios jurídicos, sociales, culturales y afines	9.082	
	Trabajadores de los cuidados personales	24.147	
Actividades inmobiliarias	Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas	9.007	9.007
	Empleados contables y encargados del registro de materiales	8.125	34.037
Actividades jurídicas y de contabilidad	Especialistas en organización de la administración pública y de empresas	11.886	
	Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas	14.025	
	Profesionales de nivel medio de la salud	60.842	79.637
Actividades sanitarias	Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas	7.446	
	Trabajadores de los cuidados personales	11.349	
	Oficinistas	14.474	60.872
Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	Otro personal de apoyo administrativo	6.138	
	Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas	33.941	
	Profesionales en derecho, en ciencias sociales y culturales	6.318	
	Empleados contables y encargados del registro de materiales	9.030	9.030
Almacenamiento y actividades anexas al transporte	Profesionales de nivel medio de la salud	8.748	45.647
	Profesionales de nivel medio de servicios jurídicos, sociales, culturales y afines	6.892	
	Trabajadores de los cuidados personales	30.007	
	Empleados contables y encargados del registro de materiales	8.466	22.226
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	Vendedores	13.760	
	Empleados contables y encargados del registro de materiales	8.986	23.406
	Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas	7.789	
	Vendedores	6.631	
Comercio al por menor excepto de vehículos de motor y motocicletas	Empleados contables y encargados del registro de materiales	8.986	23.406
	Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas	7.789	
Construcción de edificios	Vendedores	6.631	
	Oficiales y operarios de la construcción excluyendo electricistas	13.454	13.454
	Profesionales de la enseñanza	42.816	67.572
	Profesionales de nivel medio de servicios jurídicos, sociales, culturales y afines	11.253	
Educación	Trabajadores de los cuidados personales	13.502	
	Oficiales y operarios de la metalurgia, la construcción mecánica y afines	14.055	23.406
Fabricación de maquinaria y equipo	Profesionales de las ciencias y la ingeniería de nivel medio	9.350	
	Operarios y oficiales de procesamiento de alimentos, de la confección, albanistas, otros artesanos y afines	6.491	6.491
Fabricación de muebles	Operarios y oficiales de procesamiento de alimentos, de la confección, albanistas, otros artesanos y afines	6.491	6.491
	Oficiales y operarios de la metalurgia, la construcción mecánica y afines	21.013	27.705
Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	Profesionales de las ciencias y la ingeniería de nivel medio	6.692	
	Ensambladores	6.561	17.350
Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques	Oficiales y operarios de la metalurgia, la construcción mecánica y afines	10.789	
	Vendedores	10.321	44.478
Industria de la alimentación	Trabajadores de los servicios personales	5.973	
	Profesionales de tecnología de la información y las comunicaciones	13.293	
Otros servicios personales	Trabajadores de los servicios personales	14.891	
Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	Ayudantes de preparación de alimentos	11.445	31.836
	Profesionales de nivel medio de servicios jurídicos, sociales, culturales y afines	11.120	
Servicios de alojamiento	Vendedores	9.271	
	Empleados en trato directo con el público	23.991	44.513
Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones	Especialistas en organización de la administración pública y de empresas	10.005	
	Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas	10.517	
Transporte terrestre y por tubería	Conductores de vehículos y operadores de equipos pesados móviles	8.277	8.277
	Vendedores	7.024	7.024
TOTAL		705.051	705.051

Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Las 50 combinaciones de ocupación y actividad económica a dos dígitos ISCOD y NACE, respectivamente, con mayor potencial de creación de empleo neto ordenadas según la actividad

- Existen grandes oportunidades para la juventud española en el medio plazo en **cualificaciones de nivel medio**: “Profesionales de nivel medio en operaciones financieras y administrativas”, “Profesionales de nivel medio de servicios jurídicos, sociales, culturales y afines” o “Profesionales de las ciencias y la ingeniería de nivel medio”. Lo que exigiría reforzar la formación profesional.
- Los **empleos blancos** asociados a la sanidad y los servicios sociales o alojamientos residenciales, en los que se exige una cualificación media, suponen una posibilidad de empleo factible para la juventud.
- El **personal administrativo** también puede ser un perfil clave para la juventud. Tal es el caso de los “Empleados/as contables y encargados/as del registro de materiales”, con presencia en multitud de sectores económicos.
- **Ocupaciones especializadas** (fontanería, electricidad, etc.) en la construcción tienen también cierto recorrido.

En otro sentido, y si la lectura se aborda desde la perspectiva de las actividades económicas y en línea con el análisis por grandes sectores económicos, las oportunidades que se centran en los resultados son las siguientes (**Tabla 6**):

- “Actividades de construcción especializada” y, en particular, en ocupaciones de “oficiales y operarios de la construcción”.
- “Actividades de servicios sociales sin alojamiento” y en “establecimientos residenciales” en los que se exigen profesionales de nivel medio y “trabajadores/as de cuidados personales”. Estas mismas conclusiones se repiten en el caso de las “actividades sanitarias”.
- Por último, la “educación” se revela como uno de los principales nichos de empleo entre los jóvenes para aquellos con mayor cualificación, especialmente en ocupaciones definidas como “profesionales de la enseñanza”.





5. LOS SECTORES OBJETO DE ESTUDIO

En los capítulos del informe desarrollados hasta ahora, además de contextualizar el estudio, se ha presentado la metodología y los resultados del cálculo del potencial de creación de empleo joven total en la economía española en los próximos años.

En los apartados siguientes se va a explicar cómo se han seleccionado, de entre todos los sectores económicos con potencial de crecimiento en el futuro, aquellos que han resultado de mayor interés para el objeto del estudio; es decir, aquellos sectores con mayor potencial de crecimiento del emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión, así como su potencial de crecimiento del empleo total y del empleo por cuenta propia. Estos datos resultan de gran interés, dado que se ha cuantificado el posible número de empleos a crear en los próximos años para los jóvenes en España, tanto del empleo por cuenta ajena como del empleo por cuenta propia.

Posteriormente se especifican con mayor nivel de detalle, dentro de cada uno de los sectores seleccionados, los nichos de negocio con potencial de crecimiento que se han considerado accesibles para que los jóvenes en riesgo de exclusión puedan emprender.

La metodología utilizada para la selección de los nichos de negocio ha sido la revisión documental basada en documentos especializados en cada uno de los sectores, tal y como se recoge en la bibliografía, y la búsqueda de información en otros documentos sobre la proyección del empleo joven. Las potenciales áreas de actividad o nichos de negocio seleccionados tras el análisis de la documentación correspondiente han sido contrastadas y avaladas por las personas expertas entrevistadas, tanto de cada uno de los sectores económicos elegidos como de aquellas personas expertas del Tercer Sector que están trabajando cada día el emprendimiento con jóvenes en riesgo.

Estos nichos de negocio se han caracterizado en relación con los jóvenes en riesgo de exclusión, en tanto en cuanto se ha identificado la formación necesaria para poder emprender en cada uno de ellos, así como el perfil competencial necesario, identificando si existe la posibilidad de que los jóvenes con nivel de formación bajo puedan emprender; aunque también se ha identificado si tienen cabida aquellos jóvenes con formación media o superior, dado que en la definición de jóvenes en riesgo, tal y como se señaló en los primeros apartados, también se ha incluido a jóvenes con formación elevada que presentan otros factores de riesgo de exclusión.

5.1. SELECCIÓN DE SECTORES EMERGENTES

Como se ha comentado previamente la **selección de los sectores emergentes** se ha realizado conforme al conocimiento generado a través de tres fuentes de información:

- Los resultados obtenidos en el análisis cuantitativo previo.
- El análisis documental y de la literatura especializada de organismos de referencia y reconocido prestigio¹¹.
- Las conclusiones del grupo de personas expertas.

En primer lugar, se realizó el análisis cuantitativo explicado en los apartados anteriores con el fin de obtener no sólo el potencial de creación de empleo juvenil, sino también la distribución de este potencial según actividad económica y ocupación. El análisis se hizo con un desglose de las actividades económicas a nivel de dos dígitos según la CNAE 2009. Las actividades económicas obtenidas como resultado de dicho análisis fueron presentadas al grupo de expertos con el ob-

¹¹ Cedefop (2015). Skills Forecast. Disponible en <http://www.cedefop.europa.eu/en/events-and-projects/projects/forecasting-skill-demand-and-supply/skills-forecasts-main-results> (consulta en abril de 2015)

jeto de abrir una discusión sobre las posibilidades de emprendimiento por parte de los jóvenes en riesgo de exclusión en los sectores económicos o actividades económicas seleccionados. Como resultado de este análisis se obtuvieron las 21 actividades económicas que se presentan en la primera columna de la **Tabla 7**.

En segundo lugar, el debate abierto en el grupo de expertos tuvo como resultado una selección más reducida de sectores económicos con potencial de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión. Estos sectores se redujeron a un número menor, siete en concreto (segunda columna de la **Tabla 7**); aunque hay que señalar que la clasificación realizada por los expertos no atiende a la clasificación de la CNAE, sino que se pusieron de manifiesto una serie de potenciales sectores, por consenso de los expertos consultados, que se agruparon de la manera más similar posible a las clasificaciones que pueden aparecer en la primera columna de la tabla, para poderlas comparar.

En último lugar, y tras la revisión documental realizada por el equipo técnico del estudio, se procedió a identificar una serie de sectores partiendo de los resultados anteriores y tomando como referencia dos criterios principales: 1) sectores estratégicos para la economía española, con un peso destacado en la estructura económica y con una proyección de futuro de crecimiento; y 2) sectores diferenciales en cuanto a la participación de mujeres y hombres, seleccionando aquellos con distribución mayoritaria de hombres ocupados; es decir, sectores masculinizados, con una distribución neutra en cuanto a la ocupación de hombres y mujeres, y aquellos sectores más feminizados, con una distribución mayoritaria de mujeres ocupadas. A efectos de contemplar la mayor variedad posible de situaciones y considerar las desigualdades de género.

Teniendo en cuenta diferentes estudios realizados en los últimos años por diversas fuentes de información, se procedió a elegir cinco sectores o actividades económicas, como se puede ver en la tercera columna de la **Tabla 7**. La clasificación de estos sectores se ha realizado a nivel muy agregado, aunque en las próximas páginas se podrá observar que esta clasificación está realizada incluso a nivel muy desagregado de tres dígitos de CNAE; pero se han agrupado en los cinco grandes sectores con el objeto de poder comparar con las clasificaciones realizadas según las dos fuentes de información señaladas anteriormente.

En la **Tabla 7** se presentan las actividades económicas seleccionadas según las fuentes de información, y aquellas señaladas en verde son las que coinciden en las tres fuentes de información, y que son los sectores económicos que finalmente se han seleccionado con el fin de desarrollarlos en los próximos apartados.

Teniendo en cuenta todo ello, finalmente se han elegido cinco sectores económicos. La razón de este número, y no cualquier otro, se debe, en primer lugar, a que esta cifra supone una magnitud relativamente significativa sobre el volumen de la economía.

Asimismo, y lo que es más importante, los criterios de selección aplicados aseguran la suficiente diversidad para el análisis en cuanto a la materia objeto del estudio: sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión. Sin olvidar, además, la perspectiva de género.

Así, los sectores elegidos son los siguientes:

SECTORES EMERGENTES DE EMPRENDIMIENTO
COMERCIO
ECONOMÍA VERDE
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
TURISMO
SERVICIOS A LAS PERSONAS

No obstante, la dimensión y amplitud de estos sectores exige definir los subsectores o nichos de negocio más concretos para afinar el estudio, tal y como se verá más adelante.

5.2. Potencial de creación empleo por cuenta propia joven en los sectores emergentes

En este apartado se pretende calcular el potencial de creación de empleo total y por cuenta propia para este conjunto de los sectores seleccionados como de mayor potencial de crecimiento en el futuro.

Para ello se han usado los datos de la EPA que ofrece el INE. En primer lugar, se ha calculado a

ACTIVIDADES CON MAYOR POTENCIAL DE AUTOEMPLEO SEGÚN ANÁLISIS CUANTITATIVO	ACTIVIDADES CON MAYOR POTENCIAL DE AUTOEMPLEO SEGÚN GRUPO DE EXPERTOS	ACTIVIDADES CON MAYOR POTENCIAL DE AUTOEMPLEO SEGÚN REVISIÓN DOCUMENTAL
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	Actividades de construcción especializada	Comercio
Industrias extractivas	Comercio al por menor	Economía Verde
Industria manufacturera		Turismo
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	Agricultura, ganadería, caza	TIC y Comunicaciones
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	Comercio al por mayor/ intermediarios de comercio	Servicios a las personas
Construcción	Otros servicios personales	
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	Actividades de servicios sociales sin alojamiento	
Transporte y almacenamiento	Economía naranja (actividades relacionadas con la cultura)	
Hostelería		
Información y comunicaciones		
Actividades financieras y de seguros		
Actividades inmobiliarias		
Actividades profesionales, científicas y técnicas		
Actividades administrativas y servicios auxiliares		
Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria		
Educación		
Actividades sanitarias y de servicios sociales		
Actividades artísticas, recreativas y de entrenamiento		
Otros servicios		

Tabla 7. Selección de sectores emergentes según las diferentes fuentes de información analizadas

Fuente: elaboración propia.

Sector	Porcentaje de empleo por cuenta propia de los jóvenes de 20-29 años por sector
Comercio	13,9%
Economía verde	14,5%
Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)	12,1%
Servicios las personas	8,5%
<i>Fuente: Elaboración propia a partir de los microdatos de la EPA del segundo trimestre de 2014.</i>	
Tabla 8. Porcentajes de empleo por cuenta propia de los jóvenes, según sector económico.	

nivel de microdatos el porcentaje de empleo por cuenta propia de los jóvenes menores de 29 años de cada uno de los sectores seleccionados. Es decir, se ha evaluado el empleo por cuenta propia en relación al empleo total de jóvenes menores de 29 años de cada uno de los subsectores que componen cada sector seleccionado (**Tabla 8**).

Posteriormente, se han aplicado dichos porcentajes a los resultados obtenidos del cálculo del potencial de creación de empleo total de los jóvenes menores de 29 años, obtenido de la comparación de España con la media de los países europeos de referencia (resultados del apartado 4) (**Figura 10**).

Los datos obtenidos apuntan a un potencial de creación de empleo total para los jóvenes menores de 29 años en los cinco sectores seleccionados de 202.622 empleos, de los que 23.486 corresponderían a la modalidad de empleos por cuenta propia (**Tabla 9**).

5.3. Algunas consideraciones sobre los sectores emergentes

Antes de abordar el desarrollo y caracterización de cada uno de los sectores, es conveniente tener en cuenta algunas consideraciones.

En primer lugar, cabe señalar que todos los sectores se han desarrollado siguiendo la misma estructura. Esta estructura atiende primeramente a una definición del sector, entendiendo que los grandes sectores seleccionados se componen de varios subsectores. Esta definición, que se ha realizado en función de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) del INE ha permitido cuantificar y caracterizar el sector en términos de algunas variables macroeconómicas.

(En epígrafes posteriores se presenta la situación actual del sector y las perspectivas a futuro, abordando las principales potencialidades que presenta el sector, así como los riesgos que pueden incidir de manera más negativa en su desarrollo.)

La parte más importante dentro de cada uno de los sectores seleccionados ha sido la identificación de los nichos o áreas de negocio más específicos que se hayan detectado. Este análisis se ha realizado mediante una vasta revisión de literatura, contrastando la información extraída con personas conocedoras de cada uno de los sectores, así como personas expertas en emprendimiento con un gran conocimiento de lo que está sucediendo y de hacia donde apuntan las consultas y las tendencias.

Al final se ha pretendido hacer una breve reseña sobre la situación de las mujeres en relación con el emprendimiento de cada sector, y también se ha tratado de identificar la formación técnica y competencial necesaria para poder emprender en cada uno de los sectores seleccionados. De manera más concreta, se han establecido correspondencias entre los nichos de negocio detectados y los itinerarios formativos que más pueden encajar, con el objeto de definir las competencias que es necesario tener y desarrollar en dichas actividades.

	Potencial de creación de empleo de España (número de empleos)
Empleo joven (20-29 años) total	1.179.272
Empleo joven (20-29 años) por cuenta propia	109.483
Empleo joven (20-29 años) para los 5 sectores seleccionados	202.622
Empleo joven (20-29 años) por cuenta propia para los 5 sectores seleccionados	23.486
<i>Fuente: elaboración propia.</i>	
Tabla 9. Síntesis de resultados sobre el potencial de creación de empleo joven en España	

Como complemento a la formación técnica, se ha intentado especificar aquellas competencias profesionales necesarias para emprender en cada uno de los sectores.

A continuación se realiza una breve explicación, a modo aclaratorio, sobre cómo se aborda la correspondencia entre los nichos de negocio y la formación técnica necesaria, en función de Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP).

Para que una persona pueda emprender, consideramos imprescindible trabajar de manera paralela con las *competencias emprendedoras* y las competencias técnicas. Estos dos ejes representan las distintas caras de una misma moneda. En el caso de las competencias emprendedoras, hablamos de aquellas capacidades mínimas que cualquier persona emprendedora debe poseer, independientemente de la actividad a desarrollar. Éstas son competencias individuales, tales como la autoconfianza, la flexibilidad, etc.; competencias profesionales, como la iniciativa y la toma de decisiones; y competencias colectivas, que son aquellas que denotan la capacidad de la persona de establecer conexiones con el entorno que la rodea. Cuando hablamos de competencias técnicas, nos referimos a las habilidades propias de la gestión de cualquier tipo de negocio. Estas competencias técnicas están definidas en el CNCP, concretamente en la cualificación profesional "Creación y gestión de microempresas". El CNCP es el instrumento del Sistema Nacional de las Cualificaciones y Formación Profesional (SNCFP) que ordena las cualificaciones profesionales susceptibles de reconocimiento y acreditación, identificadas en el

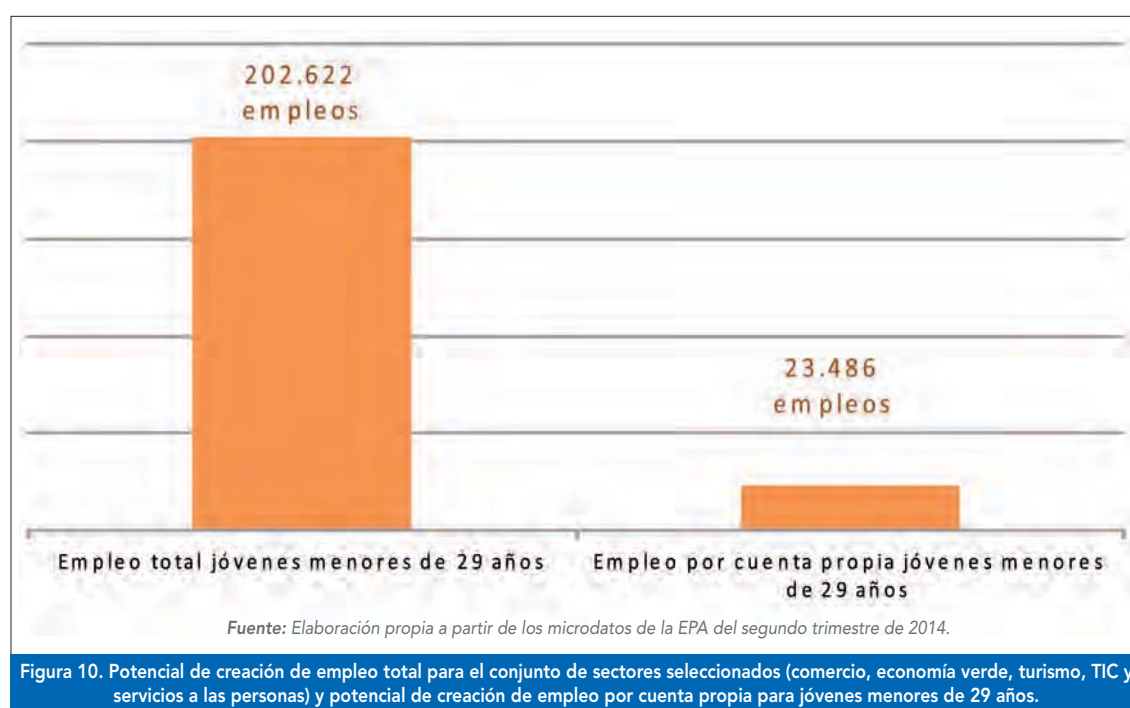


Figura 10. Potencial de creación de empleo total para el conjunto de sectores seleccionados (comercio, economía verde, turismo, TIC y servicios a las personas) y potencial de creación de empleo por cuenta propia para jóvenes menores de 29 años.

sistema productivo en función de las competencias apropiadas para el ejercicio profesional, y que fue creado por el Instituto Nacional de Cualificaciones (INCUAL), del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

EL CNCP lo conforman 26 familias profesionales, cada una de ellas constituida por diversas cualificaciones profesionales. Dentro de cada cualificación profesional podemos encontrar la competencia general y las unidades de competencias necesarias para obtener dicha cualificación, así como los módulos formativos asociados a la consecución de esas competencias. Esta estructura la podemos ver en la **Figura 11**.

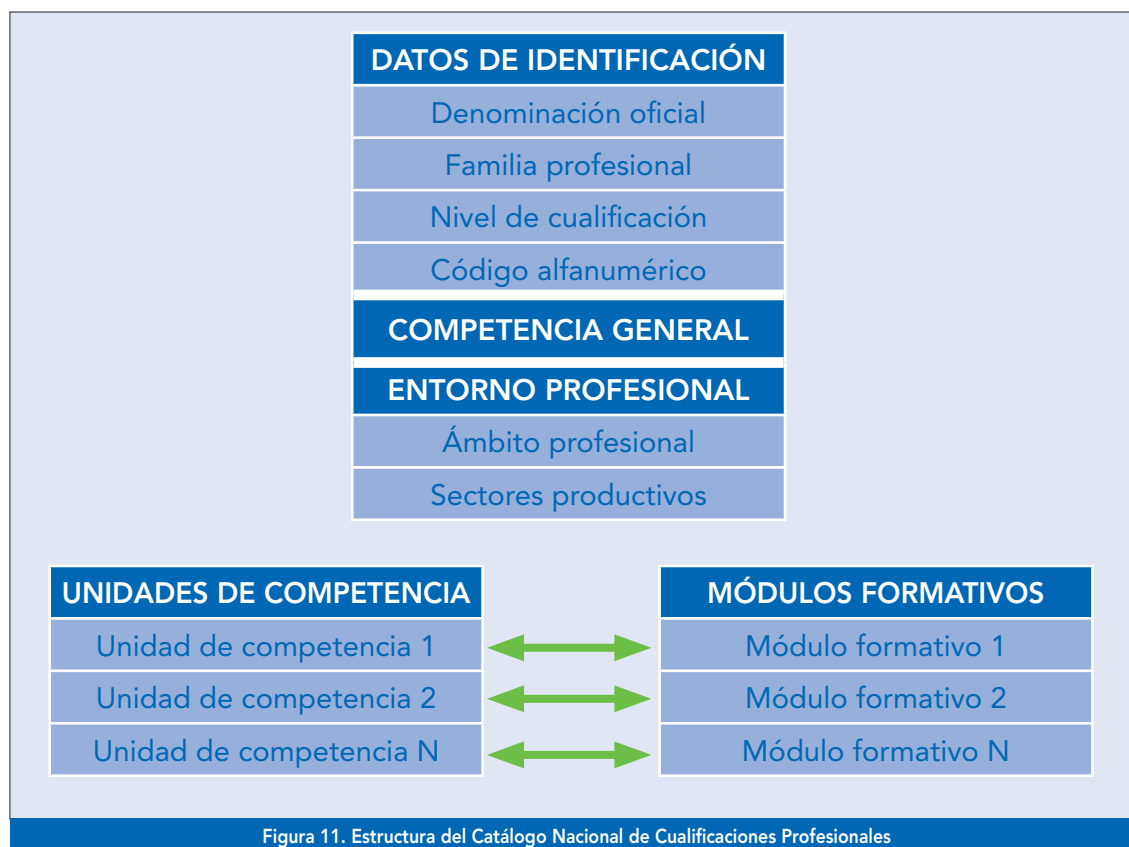
El fortalecimiento de las competencias emprendedoras y de las competencias técnicas es el objetivo de los itinerarios que ofrecen el emprendimiento como una alternativa para jóvenes en riesgo de exclusión.

Uno de los medios para conseguir esta formación técnica son los certificados de profesionalidad, que son el instrumento para acreditar oficialmente una cualificación profesional recogida en el CNCP. Estos certificados acreditan la capacitación para el desarrollo de una actividad laboral con significación para el empleo, una ocupación, y aseguran la formación necesaria para ello.

Son títulos oficiales, emitidos por las administraciones laborales (el Servicio Público de Empleo Estatal –SEPE– o los distintos servicios autonómicos de empleo) y equivalen a los títulos de Formación Profesional (FP) otorgados por el Ministerio de Educación.

Para qué sirven:

El repertorio de certificados de profesionalidad tiene como objetivo facilitar la adecuación de la formación a los requerimientos del ámbito productivo; promover la integración y la calidad de las ofertas de formación profesional; facilitar la cualificación a lo largo de toda la vida profesional mediante la acreditación y acumulación de aprendizajes adquiridos en diferentes ámbitos; y mejorar la transparencia y unidad del mercado laboral y, por tanto, la movilidad de los trabajadores.





Por lo tanto, es importante que un joven que quiera emprender en uno de los nichos identificados en el Estudio pueda acreditar una formación oficial que certifique sus conocimientos, su experiencia y la posesión de las competencias necesarias para desempeñar esa función. De esta manera puede mostrarse ante su clientela, proveedores y otros colaboradores inspirando confianza como profesional.

El CNCP define *cualificación profesional* como el “conjunto de competencias profesionales con significación en el empleo que pueden ser adquiridas mediante formación modular u otros tipos de formación, así como a través de la experiencia laboral” (Ley 5/2002 de las Cualificaciones y de la Formación Profesional). La competencia profesional es definida como “el conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y del empleo” (Ley 5/2002 de las Cualificaciones y de la Formación Profesional). Entendemos por *unidad de competencia* el “agregado mínimo de competencias profesionales, susceptible de reconocimiento y acreditación parcial”. Esta unidad se corresponde con nuestro concepto de *competencias técnicas*.

Dentro de cada unidad de competencia se incluyen las realizaciones profesionales y criterios de realización necesarios, así como el contexto profesional en el que se desarrolla.

Dentro de cada unidad de competencia se incluyen las realizaciones profesionales y criterios de realización necesarios, así como el contexto profesional en el que se desarrolla.

Toda la información completa respecto a esto se puede encontrar en el siguiente enlace:

<http://www.educacion.gob.es/iceextranet/bdqAction.do>

Dentro del CNCP hemos identificado una serie de cualificaciones profesionales que consideramos transversales para todas aquellas personas que vayan a gestionar un negocio y que, por tanto, son aplicables a cualquiera de los cinco nichos de mercado identificados. Estas cuali-

ficaciones responden a dos grandes áreas competenciales que cualquier persona que quiera emprender debería poseer:

- Administración y gestión
- Comercio y marketing

Las cualificaciones que hemos destacado como transversales dentro de estas dos familias profesionales se recogen en las Tablas 10 y 11.

FAMILIA	CUALIFICACIÓN PROFESIONAL
Administración y Gestión	Creación y gestión de microempresas
	Gestión financiera
	Actividades de gestión administrativa
Comercio y Marketing	Actividades de venta
	Gestión comercial de ventas
	Gestión y control de aprovisionamiento
	Actividades de gestión del pequeño comercio
	Gestión de marketing y comunicación

Tabla 10. Cualificaciones profesionales transversales en emprendimiento.

Tabla 11. Cualificaciones profesionales y competencias asociadas

Creación y gestión de microempresas

Competencia general:

Dirigir iniciativas empresariales de pequeños negocios o microempresas, así como la planificación e implementación de estrategias de áreas de negocio, programando las actividades, gestionando personas, organizando y controlando recursos materiales, las operaciones económico-financieras y desarrollando la comercialización y venta de los productos y servicios, haciendo uso de medios informáticos y telemáticos, gestionando con criterios de calidad y protección ambiental, todo ello asegurando la prevención de riesgos laborales y utilizando servicios de gestión o asesoría cuando la complejidad de la actividad lo requiera, con el fin de garantizar el logro de sus objetivos empresariales y el cumplimiento de la normativa vigente.

Relación de unidades de competencia que configuran el certificado de profesionalidad:

- UC1788_3: Planificar iniciativas y actividades empresariales en pequeños negocios o microempresas.
- UC1789_3: Dirigir y controlar la actividad empresarial diaria y los recursos de pequeños negocios o microempresas.
- UC1790_3: Comercializar productos y servicios en pequeños negocios o microempresas.
- UC1791_3: Realizar las gestiones administrativas y económico-financieras de pequeños negocios o microempresas.
- UC1792_2: Gestionar la prevención de riesgos laborales en pequeños negocios.

Gestión financiera

Competencia general:

Gestionar y contratar los servicios, productos y activos financieros necesarios, obteniendo la información de los mismos y determinando las necesidades financieras de la organización, y realizar el control presupuestario de tesorería contribuyendo al desarrollo habitual de la actividad empresarial, respetando los procedimientos internos y normas legales, y atendiendo a las debidas condiciones de calidad, seguridad y protección del medio ambiente.

Unidades de competencia

- UC0498_3: Determinar las necesidades financieras de la empresa.
- UC0500_3: Gestionar y controlar la tesorería y su presupuesto.
- UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación.
- UC0499_3: Gestionar la información y contratación de los recursos financieros.

Actividades de gestión administrativa

Competencia general:

Realizar las operaciones de la gestión administrativa de compraventa de productos y servicios, tesorería y personal, así como la introducción de registros contables predefinidos, previa obtención y procesamiento y archivo de la información necesaria mediante los soportes convencionales o informáticos adecuados, siguiendo instrucciones definidas, en condiciones de seguridad, respeto a la normativa vigente y atendiendo a criterios de calidad definidos por la organización.

Unidades de competencia

- UC0976_2: Realizar las gestiones administrativas del proceso comercial.
- UC0979_2: Realizar las gestiones administrativas de tesorería.
- UC0980_2: Efectuar las actividades de apoyo administrativo de recursos humanos.
- UC0981_2: Realizar registros contables.
- UC0973_1: Introducir datos y textos en terminales informáticos en condiciones de seguridad, calidad y eficiencia.
- UC0978_2: Gestionar el archivo en soporte convencional e informático.
- UC0233_2: Manejar aplicaciones ofimáticas en la gestión de la información y la documentación

Actividades de venta

Competencia general:

Ejecutar las actividades de venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización estableciendo relaciones con el cliente de la manera más satisfactoria, alcanzando los objetivos propuestos por la organización y estableciendo vínculos que propicien la fidelización del cliente.

Unidades de competencia

- UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- UC1002_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.
- UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario.
- UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.

Gestión comercial de ventas

Competencia general:

Organizar, realizar y controlar las operaciones comerciales en contacto directo con los clientes o a través de tecnologías de información y comunicación, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa, coordinando al equipo comercial y supervisando las acciones de promoción, difusión y venta de productos y servicios.

Unidades de competencia

- UC1001_3: Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales.
- UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.
- UC1002_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.
- UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- UC1000_3: Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.

Gestión y control de aprovisionamiento

Competencia general:

Preparar y controlar el plan de aprovisionamiento de materiales/mercancías de sistemas de producción y distribución en la cantidad, calidad, lugar y momento justos, realizando la programación del aprovisionamiento, el control de los flujos de producción/distribución y colaborando en la optimización y calidad de la cadena logística, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

Unidades de competencia

- UC1003_3: Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento.
- UC1004_3: Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.
- UC1005_3: Colaborar en la optimización de la cadena logística con los criterios establecidos por la organización.

Actividades de gestión del pequeño comercio

Competencia general:

Implantar y dirigir un pequeño comercio o tienda independiente, organizando, gestionando y controlando el aprovisionamiento, la animación del punto de venta y las actividades de venta de productos –a través de canales tradicionales o Internet–, utilizando, cuando la complejidad de la actividad lo requiera, servicios de gestión y asesoría externos, con el fin de garantizar la capacidad de respuesta, permanencia y sostenibilidad en el tiempo, potenciando el servicio de proximidad y el asesoramiento personalizado en la atención a clientes, de acuerdo con criterios de calidad del pequeño comercio, respeto medioambiental, seguridad y prevención de riesgos, cumpliendo la normativa vigente.

Unidades de competencia

- UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.
- UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.
- UC1792_2: Gestionar la prevención de riesgos laborales en pequeños negocios.
- UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

Gestión de marketing y comunicación

Competencia general:

Asistir en la definición, organización, difusión y supervisión de acciones promocionales y eventos, de planes de marketing y comunicación, y realizar actividades auxiliares de organización y seguimiento del plan de medios, para lanzar y prolongar la existencia de productos, servicios y marcas, reforzando la imagen de la organización, y utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

Unidades de competencia

- UC2189_3: Elaborar y difundir, en diferentes soportes, materiales, sencillos y autoeditables, publi-promocionales e informativos.
- UC2188_3: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido.
- UC2187_3: Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos.
- UC2186_3: Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y servicios en el mercado.
- UC2185_3: Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.
- UC1002_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.
- UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados.



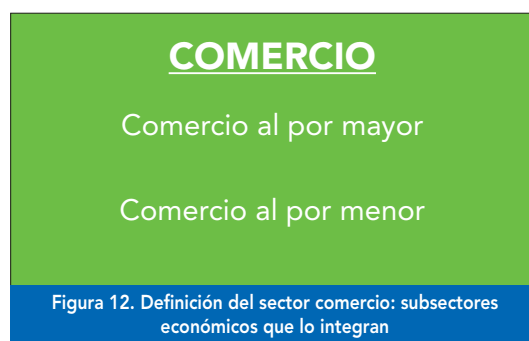
6. SECTOR COMERCIO

6.1. Caracterización del sector

El comercio es uno de los sectores emergentes de emprendimiento con proyección futura tanto en España como a nivel mundial, máxime teniendo en cuenta el proceso de globalización actual y el desarrollo económico de los grandes países superpoblados, como es el caso de China y la India. El comercio es uno de los sectores importantes de España, puesto que agrupa a numerosas empresas, pero sobre todo a la gran mayoría de las pymes (pequeñas y medianas empresas) y a un importante número de empleos, fundamentalmente de baja y media cualificación (factor muy a tener en cuenta en el marco del presente estudio, dado que la mayor parte de los jóvenes en riesgo de exclusión presentan cualificaciones de bajo y medio nivel).

Definición del sector.

En términos generales, el comercio engloba aquellas actividades que se basan en el intercambio de bienes y servicios a través de un comerciante o mercader. Existen múltiples definiciones del sector según distintos criterios. Así, tradicionalmente se distingue entre¹² (Figura 12):



- **Comercio al por mayor o comercio mayorista:** incluye la venta sin transformación de productos nuevos y usados a minoristas; el comercio entre empresas, tales como la venta a usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales; o la reventa a otros mayoristas, o bien actuando como intermediarios al comprar mercancías a dichas personas o empresas o vendérselas a las mismas. Este subsector se compone de siete ramas de actividad mayorista: agricultura y alimentación; textil, confección y calzado; droguería, farmacia y hogar; vehículos y accesorios; artículos de consumo duradero; comercio interindustrial; y otro comercio al por mayor.
- **Comercio al por menor o minorista:** venta sin transformación de productos nuevos y usados, principalmente al público en general para su consumo o utilización personal o doméstica, en tiendas, grandes almacenes, puestos, empresas de venta por correo, vendedores a domicilio, vendedores ambulantes, economatos, empresas de subastas, etc. Las ramas de actividad minorista son: alimentación, bebidas y tabaco; textil, vestido y cuero; droguería, perfumería y farmacia; equipamiento del hogar; vehículos y accesorios; carburantes y lubricantes; otros comercios; y grandes superficies.

Asimismo, una definición operativa del sector comercio es aquella que se atiene a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 2009. A efectos del presente informe y a fin de caracterizar el empleo con el mayor detalle posible, se han tenido en cuenta las actividades económicas a nivel de tres dígitos. En el caso concreto del comercio se incluyen los epígrafes en el siguiente cuadro (Tabla 12).

¹² Godás L. La distribución: comercio mayorista y minorista. Instrumentos para el diseño de estrategias de marketing en la oficina de farmacia VIII. Madrid; 2007.

Cod. CNAE	ACTIVIDADES DE COMERCIO
461	Intermediarios del comercio
462	Comercio al por mayor de materias primas agrarias y de animales vivos
463	Comercio al por mayor de productos alimenticios, bebidas y tabaco
464	Comercio al por mayor de artículos de uso doméstico
465	Comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones
466	Comercio al por mayor de otra maquinaria, equipos y suministros
467	Otro comercio al por mayor especializado
471	Comercio al por menor en establecimientos no especializados
472	Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados
473	Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados
474	Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados
475	Comercio al por menor de otros artículos de uso doméstico en establecimientos especializados
476	Comercio al por menor de artículos culturales y recreativos en establecimientos especializados
477	Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados
478	Comercio al por menor en puestos de venta y en mercadillos
479	Comercio al por menor no realizado ni en establecimientos, ni en puestos de venta ni en mercadillos
471	Comercio al por menor en establecimientos no especializados
472	Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados
473	Comercio al por menor de combustible para la automoción en establecimientos especializados

Fuente: Elaboración propia a partir de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

Tabla 12. Clasificación Nacional de Actividades Económicas de Comercio

Importancia estratégica del sector en la economía española

Desde la perspectiva macroeconómica, el sector del comercio representa el 12,3%¹³ del PIB total a precios básicos de la economía española.

En lo que se refiere al empleo según los microdatos de la EPA correspondiente al segundo trimestre de 2014, el sector comercio acaparaba el 14,8% del total de personas ocupadas, empleando a más de 2,5 millones de personas en España. Se trata, además, de un sector en el que la presencia de las mujeres (17,5%) es mayor que la de los hombres (12,6%). Más de la mitad (54%) en el comercio minorista y un 34% en el comercio al por mayor¹⁴ (Tabla 13).

La distribución del empleo por comunidades autónomas resulta interesante al objeto de aproximar la estructura económica de cada territorio y la correspondiente especialización en distintos sectores. En este sentido, comunidades autónomas como Canarias (17,9%), Comunidad Valenciana (17,3%) o las Islas Baleares (18,8%) presentan un peso económico del empleo en el comercio por encima de la media de España, lo que vislumbra la importancia del sector en las respectivas economías (Tabla 13).

¹³ Ministerio de Economía y Competitividad. Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España 2015.

¹⁴ El 10% de las personas empleadas en el sector correspondería a venta y reparación de vehículos.

Comunidad Autónoma	PESO DEL SECTOR COMERCIO			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR COMERCIO		
	% de personas ocupadas en el sector COMERCIO respecto al total de personas ocupadas			% de personas ocupadas por cuenta propia en el sector COMERCIO respecto al total de personas ocupadas en dicho sector		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Andalucía	13,7%	19,3%	16,2%	36,0%	24,6%	30,1%
Aragón	11,9%	16,4%	13,9%	37,8%	20,8%	28,8%
Asturias (Principado de)	14,0%	18,7%	16,2%	27,5%	23,3%	25,2%
Baleares (Islas)	13,9%	20,0%	16,8%	30,8%	20,5%	25,0%
Canarias	15,6%	20,8%	17,9%	28,4%	16,1%	22,0%
Cantabria	10,7%	17,1%	13,6%	31,1%	23,0%	26,5%
Castilla-León	10,4%	16,2%	13,0%	40,9%	30,2%	35,0%
Castilla-La Mancha	10,3%	15,7%	12,5%	33,1%	27,1%	30,0%
Cataluña	10,7%	17,4%	13,9%	26,8%	19,8%	22,6%
Comunidad Valenciana	14,9%	20,3%	17,3%	34,1%	23,5%	28,5%
Extremadura	11,9%	17,6%	14,3%	36,7%	35,9%	36,3%
Galicia	11,8%	17,9%	14,7%	37,9%	23,3%	29,5%
Madrid (Comunidad de)	14,1%	14,2%	14,1%	23,5%	20,1%	21,9%
Murcia (Región de)	13,4%	22,2%	17,2%	31,0%	21,1%	25,6%
Navarra (Comunidad Foral de)	8,9%	11,7%	10,2%	30,3%	24,8%	27,4%
País Vasco	9,4%	15,2%	12,1%	26,1%	20,0%	22,5%
Rioja (La)	10,8%	13,6%	12,0%	35,7%	24,0%	29,9%
Total	12,6%	17,5%	14,8%	31,2%	22,5%	26,5%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 13. Distribución territorial del empleo del sector comercio por comunidades autónomas. Datos de segundo trimestre de 2014.

Habida cuenta de que la tesis de este informe defiende la idea fundamental de que la generación de empleo puede ser tanto por cuenta propia como por cuenta ajena, respecto a las oportunidades de emprendimiento en el sector del comercio cabe decir que es un sector en el que tradicionalmente el empleo por cuenta propia es destacado en términos relativos. Así, si se considera este indicador como el porcentaje de personas ocupadas por cuenta propia en el sector comercio respecto al total de personas ocupadas en dicho sector, cabe decir que en España se sitúa en el 26,5%, siendo los hombres los que en mayor medida han emprendido (31,2%). Este porcentaje se cifra, para el total de los sectores, en el 16,7%, siendo la diferencia entre mujeres (12,1%) y hombres (20,6%) de 8,5 puntos porcentuales¹⁵.

PESO DEL SECTOR COMERCIO Jóvenes menores de 35 años			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR COMERCIO Jóvenes menores de 35 años		
% de personas ocupadas jóvenes en el sector COMERCIO respecto al total de personas ocupadas jóvenes			% de personas ocupadas jóvenes por cuenta propia en el sector COMERCIO respecto al total de personas ocupadas jóvenes en dicho sector		
Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
14,1%	21,4%	17,6%	16,6%	12,0%	13,9%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 14. El empleo juvenil (menores de 35 años) del sector comercio. Datos de segundo trimestre de 2014

¹⁵ Fuente: elaboración propia a partir de elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE correspondientes al segundo trimestre de 2014.

Los datos relativos al empleo juvenil en el sector comercio siguen estas mismas tendencias, acentuándose la importancia del comercio como fuente generadora de empleo juvenil: el 17,6% de los jóvenes ocupados lo hacen en estas actividades. Son las mujeres (21,4%), además, quienes lo hacen en mayor medida (Tabla 11).

Sin embargo, en este punto hay que poner de relieve que la iniciativa por cuenta propia se reduce en el caso de la juventud, pues los porcentajes de empleo por cuenta propia se sitúan en el 13,9%, 12 puntos porcentuales menos que para el total de la población.

El sector tiene registradas en España cerca de 700.000 empresas¹⁶, con una cifra de negocios total que ronda los 600.000 millones de euros¹⁷. Prácticamente la totalidad de estas empresas (97,1%) tienen plantillas de menos de 10 trabajadores (microempresas), el 2,5% son pymes (entre 10 y 49 trabajadores) y sólo el 0,4% son empresas de más de 50 trabajadores. Más de la mitad de la facturación del sector corresponde al comercio al por mayor, mientras que el comercio al por menor representa el 33,1% del total de la cifra de negocios del sector y el 56,2% del personal ocupado¹⁸. Las empresas de menos de 10 trabajadores emplean al 48,9% del personal del sector, aunque su facturación apenas representa la tercera parte del total de la cifra de negocios del sector. Por su parte, las empresas grandes (con 250 o más personas ocupadas) representan el 0,1% de las empresas del comercio y facturan el 30,3% del total del sector.

Características económicas			
% sobre VAB total	10%	Volumen de ocupación sobre el total	16,3%
Morfología empresarial	Predominio de pymes y micropymes; las grandes empresas representan sólo el 0,1% del total pero facturan el 30,3% del volumen de negocio total.		
Grado de dependencia AAPP	Bajo	Grado de innovación	Bajo
Evolución del sector			
Económica	Positiva	Empleo	Positiva
Impacto de la crisis	Estancamiento y reducción de la facturación y el empleo debido al fuerte descenso de la demanda; perspectivas de crecimiento de la oferta y estancamiento de la demanda.		
Características de empleo			
Características empleo generado	Temporal	Salarios por debajo de la media	
Perfiles profesionales demandados	Perfiles de baja cualificación: enseñanzas básicas o de grado medio		
Titulaciones especializadas	Titulación de grado en comercio, distribución o gestión Máster o postgrado en dirección comercial, estratégica FP grado superior en marketing, comercio, gestión		
Titulaciones no especializadas	Cursos de formación profesional para el empleo orientados a la atención al cliente, habilidades de comunicación, prevención de riesgos laborales, escapatismo, etc.		
Conocimientos complementarios	Conocimientos específicos en informática, inglés, etc. Licencias de manipulado de productos frescos de alimentación.		

Tabla 15. Datos económicos del sector comercio y de su peso en el conjunto de la economía española

Tabla 15. Datos económicos del sector comercio y de su peso en el conjunto de la economía española

¹⁶ Directorio Central de Empresas del INE, 2015.

¹⁷ INE. Encuesta Anual de Comercio. Estadística de Productos en el sector Comercio. Año 2013

¹⁸ Ídem

Es un sector poco dependiente de la financiación pública y con bajos niveles de innovación. Un informe realizado por Barcelona Treball caracteriza al sector como “poco innovador, con una baja productividad”, cuando lo compara con los otros países del Unión Europea, y sólo un 20% de las empresas comerciales están dispuestas a participar en actividades de I+D.

6.2. Situación del sector y perspectivas de futuro

La situación actual del sector.

El comercio es un sector muy ligado a la actividad económica en general; depende mucho de la renta per cápita disponible. Por ello, en épocas de crisis, cuando la renta y los niveles de confianza de los consumidores bajan, el gasto se ve reducido, especialmente aquellos componentes del gasto que son más imprescindibles.

Como consecuencia de la crisis económica, el comercio en nuestro país, especialmente el minorista, se ha visto muy afectado por el descenso en los niveles de renta de la población, experimentando una fuerte caída en sus niveles de demanda y facturación. Sin embargo, a pesar del parón del consumo en los últimos años por el lado de la oferta, se han ido incrementando los metros cuadrados de superficie de venta, lo que ha generado un aumento de la producción al tiempo que la demanda se estancaba. Esta diferencia entre los ritmos de crecimiento de la oferta y la demanda ha reducido las ventas y ha obligado a las empresas a incrementar su productividad para mantener la competitividad de sus negocios.

En el momento actual el sector está en un proceso de recuperación de sus niveles de demanda anteriores a la crisis, aunque todavía no ha llegado a alcanzar las cifras de 2006 y 2007.

Perspectivas generales y expectativas de crecimiento para el sector.

La previsión para los próximos años es que la demanda del sector continuará estancada o en decrecimiento debido a que la población seguirá disminuyendo en nuestro país. Y como ya se ha dicho anteriormente, a menor población, menos renta disponible y, por lo tanto, menos demanda. La demanda del comercio sí resistirá en buenos niveles en las zonas turísticas y en todas a aquellas actividades comerciales que estén directamente relacionadas con el sector turístico.





En cuanto a la oferta, el comercio sufrirá un ajuste de las rentabilidades y de las competitividades en precio como consecuencia de una mayor competencia generada por un incremento de la producción, al tiempo que la demanda seguirá estancada o en tendencia de decrecimiento. Habrá más competitividad entre las empresas y mejores precios, siendo los consumidores los grandes beneficiados de esta situación. También se requerirá más personal para atender esa mayor superficie de ventas, lo que traerá consigo un aumento del empleo.

La composición de la oferta sufrirá cambios significativos:

- Se reducirá el número de tiendas: habrá menos, pero serán más especializadas y/o de mayor tamaño.
- Los canales de acceso a los consumidores experimentarán una revolución, especialmente en el sector del comercio minorista: los operadores tendrán que dominar todos los canales existentes para ofrecer una experiencia de compra completa y estar presentes en todas las decisiones de los consumidores. En este proceso de transformación desaparecerán muchas tiendas físicas, que serán sustituidas por tiendas on-line, en parte porque la decisión del consumidor tendrá lugar antes de acudir a la tienda.
- Se producirá una concentración de los establecimientos comerciales por sectores, sobre todo en el caso de las tiendas físicas, como ya ha ocurrido recientemente en el caso de subsectores como alimentación, textil-hogar, deportes, electrodomésticos/electrónica...
- Tras la agrupación por subsectores quedarán grandes huecos o nichos de actividad para pequeñas cadenas y operadores locales de comercio de proximidad que podrán desarrollar nuevas actividades, ofreciendo productos diferenciados.

Riesgos del sector.

En primer lugar, la demanda está sufriendo un proceso de debilitación que viene explicado por varios factores de tipo económico, demográfico y social:

- **Económico:** la población española aún no ha recuperado sus niveles de renta tras la crisis, lo que implica una menor capacidad de gasto.

- **Demográfico:** en los últimos años se ha producido en nuestro país un envejecimiento de la población derivado, fundamentalmente, de las bajas tasas de natalidad y del retorno de población inmigrante a sus países de origen. Este cambio social ha transformado el perfil de los potenciales consumidores, incrementando el número de personas mayores (con menos capacidad de consumo) en detrimento de las personas jóvenes y las familias con hijos e hijas, que son quienes más potencial de consumo poseen.
- **Social:** también se han producido cambios culturales en los hábitos de consumo de la población. Entre ellos destaca, por su repercusión negativa para la facturación del sector, la fuerte preocupación por el precio que ha quedado instalada entre los consumidores tras la crisis económica, y que parece que va a continuar influyendo en la toma de decisión de las compras. Por expresarlo de una forma coloquial, en la actualidad “se gasta más en sobrevivir que en vivir”. Otro cambio cultural viene derivado de la mayor preocupación por la salud y de un mayor interés por consumir productos naturales. Esta circunstancia reducirá el consumo potencial de cierto tipo de productos del subsector alimentario (por lo cual se puede considerar una amenaza del sector), pero a la vez va a favorecer la aparición de nuevos nichos de mercado (por lo que también puede ser una oportunidad).

En segundo lugar, por el lado de la oferta también existen algunos factores que afectan al sector de manera negativa:

- Por un lado, la gran mayoría de las empresas del sector son de tamaño pequeño o incluso micro (menos de 10 trabajadores). Esto aumenta la competencia entre ellas y les resta capacidad de influencia en el mercado.
- Por otro lado, existe un déficit de cultura empresarial en el sector y de profesionalización a nivel formativo; en general, las personas al frente de los establecimientos comerciales tienen vocación de atender bien al consumidor, pero les falta formación. También se da una escasa introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) en estas empresas. Todos estos factores redundan en una pérdida de productividad para el sector.

Potencialidades del sector

La crisis económica ha supuesto una oportunidad para aquellas empresas que han sobrevivido, puesto que se han hecho más fuertes al haber logrado adaptarse a los cambios y haber aprendido a operar en un entorno más hostil. A algunas de ellas incluso les ha servido de revulsivo para evolucionar y diversificar su oferta en busca de nuevos mercados y perfiles de consumidores.

Otra oportunidad muy interesante va a ser la omnicanalidad, o tendencia existente en el sector a controlar, en un futuro no muy lejano, todos los puntos de contacto con el cliente mediante todas las formas y canales posibles: *on* y *off-line*, tiendas pop-up, formatos efímeros, formatos híbridos o mixtos, etc.

Como fortalezas del sector destacarían las siguientes:

- Peso específico relevante del sector en la economía nacional.
- Existencia de operadores muy eficientes.
- Capacidad de gestión.
- Capacidad de emprendimiento.
- Calidad del servicio: aunque falta profesionalización (como se ha apuntado entre las debilidades), existe vocación de atender y se atiende bien al consumidor.

6.3. Los nichos de negocio en el sector comercio para jóvenes en riesgo de exclusión

Partiendo de un análisis previo, que ha sido refrendado posteriormente por las entidades y empresas entrevistadas en el marco de este estudio, se han identificado como posibles actividades emergentes para jóvenes en riesgo de exclusión social los nichos de negocio que se recogen en la **Tabla 16**.

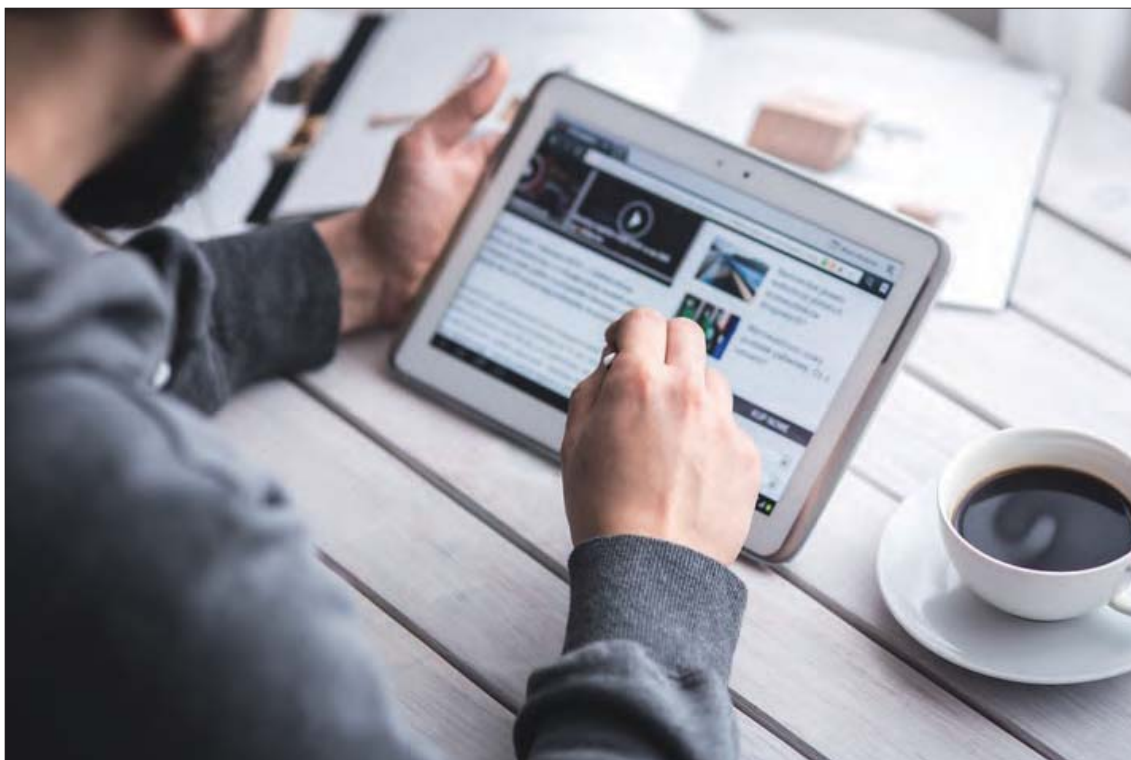
De todas estas actividades, las que han sido más **destacadas por los agentes entrevistados** fueron las siguientes:

Ámbito	Área de negocio
Gestión comercial	Merchandising, marketing y ventas
	Franquicias
	Estudios de necesidades, hábitos y satisfacción
	Posicionamiento del producto
	Captación y fidelización personal y virtual
	Planteamiento de estrategias de venta
	Sistemas de comparación de precios en tiempo real
	Programas de aviso de ofertas
	Programas de venta por suscripción
Logística de distribución de productos	Transporte
	Desarrollo de servicios a domicilio
	Segmentación de la distribución por tipo de producto
Comercio de barrio, de proximidad	Comercio tradicional basado en el trato de confianza con el cliente y productos de calidad
Comercio de productos especializados	Productos de segunda mano
	Productos artesanales
	Productos de venta <i>greenfriendly</i> ,
	<i>Pop-up stores</i>
	Comercio justo
	Comercio personalizado y a medida
	Formatos híbridos o mixtos
Comercio electrónico y otras formas nuevas de comercio	Plataformas de venta e-commerce
	TIC aplicadas a la información y comercialización
	Desarrollo de aplicaciones para diferentes dispositivos para compra venta on line ²⁰
	Comercio colaborativo

Fuente: elaboración propia.

Tabla 16. Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector del comercio para jóvenes en riesgo de exclusión

²⁰ *Sampling*: aplicaciones digitales que permiten crear un producto a medida a través de la integración de elementos individuales; *tryvertising*: aplicaciones para teléfonos (*smartphones*) para dar a conocer un producto; *advergaming*: sistemas de videojuego en línea para dar a conocer un producto mediante el ocio.



- **Comercio electrónico:**

Con la llegada de las nuevas tecnologías, se han abierto grandes oportunidades de negocio en este sector. Con el cambio de milenio se inicia el desarrollo del comercio electrónico como nueva tecnología comercial. El comercio electrónico permite al consumidor seleccionar los productos que desea de entre un conjunto de productos ofertados de forma virtual (sitio web), y posteriormente recibirlos en su domicilio (o en el lugar que designe) y pagar mediante transacción electrónica. Con esta nueva tecnología, las tiendas, como espacio físico donde exponer los productos y realizar las transacciones, pierden su papel determinante de la actividad comercial que habían tenido anteriormente, desapareciendo el atractivo del atributo *proximidad* a favor del atributo *conveniencia*. Esto permite acceder a un mercado global desde casa.

En el caso del comercio electrónico o *e-commerce*, se está viviendo una situación inversa a lo que ha tenido lugar hasta ahora, ya que la utilización de nuevas tecnologías está siendo impulsada en gran parte de abajo arriba, es decir, no por parte de los departamentos corporativos de las empresas, sino por los propios consumidores con más habilidades tecnológicas.

No obstante, al igual que la aparición del libre servicio no supuso la desaparición del despacho, la irrupción del comercio electrónico deberá convivir con los sistemas de libre servicio y de despacho, que podrán ser más adecuados para determinados grupos de productos y segmentos de consumidores. Por ello, también va a existir nicho de mercado para los comercios de barrio, especialmente para aquellos productos más cotidianos de la vida diaria. Los productos que precisan una valoración de la oferta por parte del consumidor, como son los alimentos, crecerán a un ritmo menor en el segmento on-line, por lo que el comercio de barrio o de proximidad será un buen nicho para este tipo de productos, con una tendencia clara a la especialización.

Para que el comercio electrónico sea exitoso debe ser enormemente especializado y buscar una diferenciación extrema.

Una de las ventajas que ofrece el comercio electrónico como actividad de emprendimiento para jóvenes, especialmente si tienen escasos recursos económicos, es que no requiere una gran inversión inicial, al no ser necesaria la instalación de un local físico.

- **Comercio de barrio, de proximidad:**

Las actividades de proximidad con tienda física serán un nicho cuando incorporen una oferta de productos y servicios basados en la tradición. La innovación desde la tradición (I+D+T), con un riesgo controlado y una baja inversión, es el tipo de negocio que puede tener éxito para la población joven y en situación de exclusión.

En particular, dentro de este nicho destacarían como ejemplos los siguientes:

- Establecimientos comerciales ubicados en los mercados municipales donde se ofrecen los productos frescos del día y donde faltan negocios profesionalizados que innoven, pero cuidando la tradición (frutas y verduras, etc.). La tendencia a futuro en estos mercados será de un menor número de tiendas que las que había antes, pero de mayor tamaño.
- Tercera edad y turismo especializado dirigido a este sector de la población.
- Mascotas: no sólo la alimentación, sino todo tipo de actividades dirigidas a la educación y a la calidad de vida de los animales de compañía.
- Tecnología especializada en reparaciones y mantenimiento de equipos y aparatos electrónicos.
- Tiendas de productos de alimentación donde se puede comprar el producto y llevarlo a casa, o tomar allí mismo un menú a un precio muy reducido.

- **Comercio de productos especializados:**

En el ámbito de los productos especializados hay tres formatos que pueden tener más potencial para el perfil de jóvenes que nos ocupa:

- los relacionados con la artesanía;
- las tiendas pop-up o establecimientos efímeros, donde se muestran temporalmente los productos como en un escaparate para captar clientela;
- y los formatos híbridos o mixtos, donde se ofrecen dos productos o servicios distintos (por ejemplo, cafetería-librería, peluquería-cafetería, etc.).

- **Franquicias:**

En el ámbito de la gestión comercial, la franquicia puede ser una de las fórmulas más sencillas para emprender, ya que la marca proporciona un paraguas de cobertura y seguridad, si bien requiere de una inversión inicial que, según el tipo de producto, puede no ser de pequeña cuantía.

6.4. Formación técnica y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector del comercio

6.4.1. Formación técnica

Una vez detectados los potenciales nichos de negocio emergentes para jóvenes en riesgo de exclusión se ha hecho un estudio comparativo con las cualificaciones profesionales establecidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales para establecer las equivalencias correspondientes, lo cual nos proporciona el perfil competencial técnico que debe poseer una persona que quiera emprender en ese nicho o área de negocio.

En el siguiente cuadro aparecen las cualificaciones presentes asimiladas a los nichos de mercado, y se puede observar que para muchos de los nuevos nichos de negocio no se encuentra,

Tabla 17. Competencias técnicas asociadas al sector comercio: área de gestión comercial

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	COMERCIO Y MARKETING / Gestión comercial de ventas /Atención al cliente, consumidor o usuario / Asistencia a la investigación de mercados /Gestión de <i>marketing</i> y comunicación
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Organizar, realizar y controlar las operaciones comerciales en contacto directo con los clientes o a través de tecnologías de información y comunicación, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa, coordinando al equipo comercial y supervisando las acciones de promoción, difusión y venta de productos y servicios.</p> <p>Gestionar y ejecutar los planes de atención al cliente/ consumidor/usuario de bienes y servicios, de acuerdo con la normativa y legislación vigente en materia de consumo, los procedimientos establecidos y las especificaciones recibidas.</p> <p>Asistir en la definición, organización, difusión y supervisión de acciones promocionales y eventos, de planes de <i>marketing</i> y comunicación, y realizar actividades auxiliares de organización y seguimiento al plan de medios, para lanzar y prolongar la existencia de productos, servicios y marcas, reforzando la imagen de la organización, y utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.</p>
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC1001_3: Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales. • UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales. • UC1002_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales. • UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización. • UC1000_3: Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales. • UC0246_3: Obtener, organizar y gestionar la información y documentación en materia de consumo. • UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente, consumidor y usuario. • UC0245_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario • UC1002_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales. • UC2189_3: Elaborar y difundir, en diferentes soportes, materiales, sencillos y autoeditables, publipromocionales e informativos. • UC2188_3: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido. • UC2187_3: Organizar y gestionar eventos de <i>marketing</i> y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos. • UC2186_3: Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y servicios en el mercado. • UC2185_3: Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing. • UC1002_2: Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales. • UC1007_3: Obtener y elaborar información para el sistema de información de mercados. 	

actualmente, cualificación oficial en el CNCP, lo que hace latente la necesidad de una adecuación a los nuevos puestos de trabajo surgidos con la aparición, por ejemplo, de nuevas tecnologías, nuevas formas de interrelación y nuevos servicios requeridos por la ciudadanía.

6.4.2. Formación competencial

En general no se necesita un elevado grado de formación para emprender un negocio en el ámbito comercial. Una titulación de grado medio (formación profesional o enseñanza secundaria obligatoria) pueden ser suficientes siempre y cuando la persona tenga una base de conocimiento y razonamiento matemático para poder gestionar con holgura la administración y las cuentas de su negocio. Si bien es cierto que para vender determinados productos o servicios se requieren unos conocimientos más específicos (temas de electrónica, por ejemplo) e incluso determinada titulación (la venta de alimentación, si es de productos frescos, exige poseer una licencia de manipulación de los mismos). También se constata que, cuanto mayor es el nivel formativo de la persona, mayor será su capacidad para adaptarse a los cambios y a las dificultades que le surjan en el desarrollo de su actividad y mayor profesionalidad podrá imprimir a su negocio.

Al margen de esta formación, son necesarias determinadas competencias transversales, entre las que destacan las siguientes:

- Orientación al cliente y capacidad de relación: la clave de un negocio de cara al público es tener buenas dotes para el trato con las personas, capacidad de escucha y deseo de agradar, todo ello aderezado con unas buenas dosis de optimismo y buen humor.
- Capacidad de trabajo, gestión y organización: la actividad del comercio es muy exigente en horario, requiere mucha dedicación y deja poco tiempo libre; es muy rutinaria y exige una gran dosis de esfuerzo físico. También se requiere una buena capacidad de organización y planificación del trabajo diario.
- Pasión y vocación por lo que se hace: puede que la clave del éxito de un negocio radique más en hacer aquello por lo que se siente una fuerte vocación que aquello con lo que simplemente se pretende ganar dinero.





6.5. Obstáculos para el emprendimiento en el sector

Los principales obstáculos para emprender en el sector comercial son los siguientes:

- Acceso a la financiación.
- Falta de cultura y valores empresariales.
- Falta de visión asociativa.
- Dificultades para la conciliación con la vida personal y familiar: este tipo de actividad requiere mucha dedicación y permite tener poco tiempo libre.
- Dificultad para hacer publicidad y dar a conocer el negocio cuando únicamente existe en Internet.
- La formación en determinadas áreas del comercio (por ejemplo, en la alimentación: manipulado de carnes, embutidos, pescados, etc.) suele estar disponible únicamente cuando se accede al puesto de trabajo, y no de forma previa

Como soluciones para salvar dichos obstáculos se proponen los siguientes:

- **Financiación.** Hay varias propuestas:
 - Las personas emprendedoras que solicitan préstamos deberían elaborar más detalladamente los planes de viabilidad y los proyectos técnicos que presentan a las entidades bancarias, habiendo reflexionado sobre lo que quieren hacer antes de presentar su plan de negocio. De esta forma se ofrecería más información y argumentos al banco y se facilitaría su decisión de conceder el préstamo.
 - Las subvenciones públicas de los programas dirigidos a fomentar el emprendimiento suelen llevar implícitos complicados procedimientos de solicitud, seguimiento y justificación, por lo que al final sólo acceden a ellas un bajo porcentaje de personas. Sería deseable destinar esos recursos a la concesión de préstamos a bajo interés, con pocos requisitos de acceso, aunque llevasen implícita la obligación de devolver el dinero.
 - Aumentar los programas privados de fomento del emprendimiento por parte del sector bancario.

- Falta de cultura y valores empresariales. Introducir en el sistema educativo obligatorio contenidos que favorezcan la adquisición de la cultura emprendedora en nuestro país. También se debería tratar de dignificar y poner en valor la profesión del comercio.
- **Conciliación.** En el ámbito privado/familiar, la persona que ponga en marcha un negocio debería procurar contar con recursos y apoyos por parte de su familia y de su entorno. En el ámbito público sería deseable abaratar los costes de la primera contratación de personal y flexibilizar los tipos de contrato para facilitar la conciliación.
- **Publicidad en Internet.** Para lograr posicionarse muy arriba en los buscadores es necesario ser muy bueno en el producto que se ofrece, y que éste sea muy diferente y específico para que los clientes lo recomienden y hablen de él.
- **Acceso a la formación en sectores específicos.** Suelen funcionar muy bien los programas formativos que llevan a cabo algunas entidades del Tercer Sector, como Cruz Roja o la Fundación Secretariado General Gitano, en colaboración con determinadas empresas demandantes de personal formado en esas áreas específicas.

6.6. Perspectiva de género

El sector del comercio emplea a más mujeres que hombres, especialmente en el comercio minorista. Esto se debe probablemente a que las mujeres poseen un mayor grado de competencias relacionadas con la orientación al cliente y la capacidad de relación que los hombres.

Por lo que se refiere a la inclinación o actitud emprendedora, en el sector comercial no se han constatado diferencias significativas entre ambos géneros; esto es, mujeres y hombres por igual podrían poner en marcha negocios relacionados con las actividades mencionadas en el apartado 6.4.

En el caso de las mujeres, que son quienes todavía actualmente asumen en mayor porcentaje que los hombres el peso de la conciliación laboral y familiar, suelen optar por montar negocios cerca de su vivienda familiar para facilitar esta conciliación de horarios. En el caso del comercio esta opción es especialmente necesaria, dada la amplia jornada laboral que implica.





7. SECTOR DE LA ECONOMÍA VERDE

7.1. Caracterización del sector

Definición del sector.

Los conceptos “economía verde” y “empleos verdes” no han sido definidos de manera precisa hasta el momento, ni existe un consenso internacional sobre los mismos, en palabras de la Oficina Internacional de Empleo. Debido a la indefinición en la clasificación de las actividades económicas incluidas en el sector ambiental, la mayoría de las actividades ambientales no están representadas en las clasificaciones y fuentes estadísticas de carácter económico, lo que trae consigo la carencia de un marco estadístico que aporte información periódica sobre el sector ambiental y dificulta la investigación, la valoración y la comparación de los datos sobre empleo verde, a nivel europeo y nacional.

Aunque no existe una definición internacionalmente aceptada del denominado sector de la “economía verde”, sobre “empleos verdes”, más específicamente, sí existen multitud de trabajos, tanto de ámbito nacional como europeo, relacionados con la aproximación a la dimensión económica del sector ambiental. Así, la Organización Internacional del Trabajo (OIT)²¹, asume como economía verde aquella que se traduce en “una mejora del bienestar humano y la equidad social, reduciendo significativamente los riesgos ambientales y las escaseces ecológicas”. La misma OIT alude a los “empleos verdes” como cualquier trabajo decente que contribuya a preservar o restaurar la calidad del medio ambiente, ya sea en la agricultura, la industria, los servicios o la administración. Por tanto, los empleos verdes y, por ende, el emprendimiento verde hacen referencia a actividades destinadas a:

- Reducir el consumo de energía y materias primas.
- Limitar las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Minimizar los residuos y la contaminación.
- Proteger y restaurar los ecosistemas.

La Fundación Biodiversidad hace una definición de las actividades de la “economía verde”, clasificándolas en cuatro bloques:

- 1) Aquellas que tienen por cometido corregir, minimizar o regenerar los efectos adversos de las actividades humanas en el medio ambiente; es decir, se trata de un sector transversal a todos los demás sectores económicos, en el que están presentes tanto actividades de servicios específicamente ambientales –por ejemplo, la gestión de residuos, depuración de aguas residuales o regeneración de suelos– como las que dependen de ellas, vía relaciones interindustriales.
- 2) Las que producen bienes y servicios de forma ambientalmente respetuosa –como la agricultura ecológica y el turismo ecológico y rural–, las que generan energía de forma sostenible –como las energías renovables o la producción forestal sostenible– y las orientadas a la conservación/regeneración de ecosistemas –como la gestión de parques o la recuperación de espacios de valor ecológico–.
- 3) Los servicios con finalidad preventiva y de control, como los que prestan las actividades y empresas privadas cuya misión y función es la prevención, minimización en origen de

²¹ International Labour Office (2015). Definitions of Green Jobs Used in the Employment and Environment Policy Context. Disponible en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/presentation/wcms_195740.pdf (consulta abril de 2015).

la contaminación, ecodiseño, educación y sensibilización ambiental, o las que cumplen los departamentos de la administración con responsabilidades ambientales.

- 4) Las empresas de los sectores tradicionales que están avanzando en el proceso de modernización ambiental de sus productos y procesos, individual o colectivamente, así como las actividades de investigación y desarrollo tecnológico orientadas al incremento de la ecoeficiencia y ecoeficacia del sistema productivo (Fundación Biodiversidad, 2010).

Por su parte, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)²² engloba en este sector a aquellas actividades relacionadas con la "producción de bienes y servicios para medir, prevenir, limitar, minimizar o corregir el daño ambiental al agua, aire y suelo, así como problemas relacionados con los residuos, el ruido y los ecosistemas. Esto incluye tecnologías, productos y servicios que reducen el riesgo ambiental y minimizan la contaminación y el uso de recursos".

En el marco de este estudio se asume la clasificación de actividades de la Fundación Biodiversidad, por lo que se considera que la economía verde está integrada por los subsectores económicos que aparecen en la **Figura 13**.



En un plano más operativo, y desde el punto de vista de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 2009, definir el sector de la economía verde no está exento de complejidad en tanto que se trata de un sector transversal y, en muchas ocasiones, integra actividades marginales difíciles de cuantificar²³. De cualquier forma y con el objetivo de cuantificar el sector en este contexto, se han tenido en cuenta las actividades listadas en la **Tabla 18**.

Importancia estratégica del sector en la economía española.

El sector de la economía verde ha experimentado un crecimiento continuo en los últimos años. Los estudios más recientes indican un PIB de 2,4%, aproximadamente 25.000 millones de euros

Tabla 18. Actividades de economía verde en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas	
Cod. CNAE	Actividades de economía verde
360	Captación, depuración y distribución de agua
370	Recogida y tratamiento de aguas residuales
381	Recogida de residuos
382	Tratamiento y eliminación de residuos
383	Valorización
390	Actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de residuos

²² OCDE y Eurostat. *The Environmental Goods and Services Industry: Manual for Data Collection and Analysis*. Paris; 1999.

²³ Véase al efecto la aproximación que se realiza en el Informe de la Fundación EOI (2011) "Green Jobs. Empleos verdes en España 2010".

Comunidad Autónoma	PESO DEL SECTOR ECONOMÍA VERDE			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR ECONOMÍA VERDE		
	% de personas ocupadas en el sector ECONOMÍA VERDE respecto al total de personas ocupadas			% de personas ocupadas por cuenta propia en el sector ECONOMÍA VERDE respecto al total de personas ocupadas en dicho sector		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Andalucía	11,2%	5,6%	8,8%	23,0%	15,1%	20,8%
Aragón	8,6%	1,9%	5,6%	47,1%	57,1%	48,6%
Asturias (Principado de)	6,6%	4,2%	5,5%	54,6%	73,3%	61,4%
Baleares (Islas)	2,5%	0,9%	1,7%	28,4%	31,9%	29,2%
Canarias	6,1%	2,1%	4,3%	12,2%	29,9%	16,2%
Cantabria	5,4%	2,7%	4,2%	42,4%	62,8%	48,5%
Castilla-León	10,9%	2,9%	7,4%	63,2%	67,0%	63,8%
Castilla-La Mancha	11,2%	2,7%	7,7%	38,7%	32,5%	37,8%
Cataluña	3,8%	0,8%	2,4%	39,6%	26,8%	37,5%
Comunidad Valenciana	5,2%	1,5%	3,6%	26,7%	17,2%	24,9%
Extremadura	17,0%	5,5%	12,2%	27,7%	29,5%	28,1%
Galicia	8,7%	5,6%	7,2%	43,5%	76,2%	55,5%
Madrid (Comunidad de)	1,5%	0,4%	1,0%	51,0%	37,1%	48,6%
Murcia (Región de)	19,3%	8,3%	14,6%	14,0%	10,5%	13,2%
Navarra (Comunidad Foral de)	7,7%	2,7%	5,4%	64,1%	64,2%	64,1%
País Vasco	3,2%	1,1%	2,2%	49,2%	71,8%	54,4%
Rioja (La)	9,1%	2,5%	6,2%	55,8%	48,0%	54,4%
Total	6,9%	2,5%	4,9%	34,2%	35,2%	34,4%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 19. Distribución territorial del empleo del sector economía verde por comunidades autónomas. Datos de segundo trimestre de 2014

anuales de contribución a la economía española. Además, el sector representa el 2,2% del empleo total en España, entre 400.000 y más de medio millón de empleos verdes (Sustainlabour, 2012). Comparando estas cifras con las de 1998, se observa un incremento considerable del empleo en España en este sector, lo que representa un aumento en la preocupación por los problemas ambientales a la vez que un crecimiento de la demanda social y la legislación para lograr una mejor calidad de vida. Esta evolución en los últimos años permite afirmar que las actividades vinculadas al medio ambiente están en expansión y transformación, presentan un alto potencial de crecimiento y constituyen una gran oportunidad para la creación de empresas ecoinnovadoras.

Los empleos verdes se encuentran distribuidos en unas 61.000 empresas e instituciones que emplean a unas 407.200 personas. Todas las actividades alcanzan una producción por valor de 52.700 millones de euros, y un valor añadido por valor de 25.000 millones (EOI, 2011).

Si se tiene en cuenta la aproximación realizada a efectos del presente informe del sector economía verde según los microdatos de la EPA relativa al segundo trimestre de 2014, los empleos verdes suponían el 4,9% del total de personas ocupadas, lo que implica en términos absolutos 850.603 personas. Desde el punto de vista de género hay que poner de relieve el gap existente entre mujeres (2,5%) y hombres (6,9%) respecto a la importancia de la economía verde en el empleo, lo que denota una masculinización del sector (Tabla 19).

En otro orden, en cuanto a la distribución del empleo por comunidades autónomas es de destacar que la especialización en este sector se concentra en los territorios de Murcia (14,6%),

Extremadura (12,2%) y Andalucía (8,8%), el peso del empleo está por encima de la media y, en este sentido, se puede afirmar que es un sector con importancia económica en términos relativos (Tabla 19).

Por otro lado, y siempre sobre la premisa asumida en este informe de que la generación de empleo puede ser tanto por cuenta propia como por cuenta ajena, en cuanto a las oportunidades de emprendimiento cabe resaltar que es un sector donde el empleo por cuenta propia tiene especial relevancia. Así, del total de personas ocupadas en España en este ámbito, el 34,4% lo hace por cuenta propia, cifra es superior a la media de todos los sectores (16,7%)²⁴. A diferencia de lo que ocurre por norma general, las mujeres resultan ser más emprendedoras (35,2%) que los hombres (34,2%).

Desde un punto de vista territorial, el empleo por cuenta propia en este sector es especialmente pronunciado en el caso de Asturias (61,4%), Castilla y León (63,8%) y Navarra (64,1%).

Si se centran los datos en el empleo juvenil (menores de 35 años), el sector de la economía verde, tal y como se ha definido a estos efectos, aporta el 4,5% de la ocupación juvenil en España, con un claro sesgo masculino, pues son los hombres jóvenes (6,7%) quienes lo hacen en mayor medida que las mujeres de esta misma franja de edad (2,1%).

Es interesante resaltar, no obstante, que si se observa el empleo joven en este sector por cuenta propia se rompe la estructura detectada para el total de empleo en todas las edades. Así, entre la juventud son ellos (16,3%) quienes emprenden en mayor medida que ellas (8,4%). Lo más destacable en este punto es el amplio gap existente entre la cifra de empleo por cuenta propia en el sector de la economía verde en general (34,4%) y el hecho de que la juventud no tenga esta iniciativa (14,5%) (Tabla 20).

Respecto a la calidad del empleo, cabe señalar que la mayor parte es indefinido y a tiempo completo, aproximadamente el 96,6% del total. Tan sólo un 3,1% de los trabajadores son contratados de forma indefinida, pero a tiempo parcial (Fundación Biodiversidad, 2010).

El tejido empresarial de la economía verde en España se compone principalmente de pymes. Hay un reducido número de empresas de gran tamaño y un amplio colectivo de empresas de pequeño tamaño (75% de las empresas tienen entre 2 y 50 trabajadores) (Fundación Biodiversidad, 2010; Mendiluce y Sánchez, 2012).

El sector público tiene un importante papel en la economía verde, ya que genera empleo para atender a las necesidades ambientales del Estado y de las administraciones a nivel local y regional. Estos empleos incluyen actividades relacionadas con la política ambiental, el desarrollo de un marco jurídico, el control y la vigilancia del cumplimiento de la legislación ambiental y la ejecución

PESO DEL SECTOR ECONOMÍA VERDE Jóvenes menores de 35 años			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR ECONOMÍA VERDE Jóvenes menores de 35 años		
% de personas ocupadas jóvenes en el sector ECONOMÍA VERDE respecto al total de personas ocupadas jóvenes			% de personas ocupadas jóvenes por cuenta propia en el sector ECONOMÍA VERDE respecto al total de personas ocupadas jóvenes en dicho sector		
Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
6,7%	2,1%	4,5%	16,3%	8,4%	14,5%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 20. El empleo juvenil (menores de 35 años) del sector economía verde. Datos del segundo trimestre de 2014

²⁴ Fuente: elaboración propia a partir de elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE correspondientes al segundo trimestre de 2014.

Características económicas			
Valor añadido sobre PIB	1,44%	Volumen de ocupación sobre el total	2,2%
Morfología empresarial	Predominio de pymes, pero con un peso significativo de las grandes empresas en términos de facturación y empleo.		
Grado de dependencia AAPP	Alto	Grado de innovación	Alto
Evolución del sector			
Económica	Positiva	Empleo	Positiva
Impacto de la crisis	Estancamiento y reducción de la facturación y el empleo, con perspectivas de crecimiento.		
Características de empleo			
Características empleo generado	Empleo de calidad	Contratación indefinida y a tiempo completo	
Perfiles profesionales demandados	Perfiles cualificados (excepto en el subsector de gestión y tratamiento de residuos).		
Titulaciones especializadas	Ingeniería Industrial. Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos. Ingeniería de Obras Públicas. Ciencias Ambientales. Física. Química. Biología. Farmacia. CFGM/CFGS Instalación y Mantenimiento. CFGM/CFGS Electricidad y Electrónica. CFGM/CFGS Fabricación mecánica. CFGM/CFGS Química. CFGS Energía y Agua. CFGS Seguridad y Medio Ambiente.		
Titulaciones no especializadas	Administración y Dirección de Empresas.		
Conocimientos complementarios	Prevención de riesgos laborales, marketing, gestión de calidad, recursos humanos, TIC, legislación ambiental, idiomas.		

Tabla 21. Creación de empleos verdes.

Tabla 21. Creación de empleos verdes.

directa de determinadas actividades y programas de contenido ambiental en los distintos niveles de administración pública (Fundación Biodiversidad, 2010). Según la Fundación Biodiversidad, el sector público crea cerca de 53.072 empleos verdes (10% del total) (Tabla 21).

7.2. Situación del sector y perspectivas de futuro

La situación actual del sector.

La Estrategia Europa 2020 de la Unión Europea para el crecimiento y el empleo reconoce la importancia de la transición hacia una economía verde y eficiente en el uso de los recursos para lograr un crecimiento inteligente, sostenible e integrador. Una de las prioridades de la Estrategia Europa 2020 es el crecimiento sostenible: promover una economía que utilice más eficazmente los recursos, más verde y competitiva. Para ello, se proponen objetivos en materia

de clima y energía para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, promover las energías renovables y aumentar la eficiencia energética.

En España, aunque todavía es muy pronto para valorar el impacto de esta iniciativa, se están dando pasos en la buena dirección para tratar de generar un modelo económico y social más sostenible. Asimismo, durante los últimos años ha crecido notablemente el ecosistema de apoyo a la economía y el emprendimiento verde por parte las administraciones públicas.

Nuestro país se encuentra entre los que lideran la promoción de la economía verde. Un estudio del año 2011 de la Organización Internacional del Trabajo de alcance identifica a España, Alemania, Francia y Reino Unido como países que han respondido a la crisis económica con medidas de estímulo verde, lo que implica inversiones en eficiencia energética en edificaciones, vehículos de bajas emisiones y otras formas de transporte sostenible. Otros estudios recientes a nivel europeo han demostrado que la economía verde en España ha aguantado mejor la recesión que otros sectores, manteniendo más empleo. Por ello, los subsectores considerados “verdes” estarían particularmente bien situados para un futuro escenario de inversiones destinadas a la recuperación de la economía (Sustainlabour, 2012).

Así pues, todo apunta a que en este momento de discusión sobre el relanzamiento de la economía en España los sectores de la economía verde podrían ser una buena oportunidad para ganar competitividad, avanzar en la creación de empleo de calidad y reducir el impacto ambiental de la economía.

Perspectivas generales y expectativas de crecimiento para el sector.

El sector de la economía verde está en auge. Varios factores explican esta tendencia:

- La escasez de recursos naturales ha hecho evidente la necesidad de avanzar hacia una economía más sostenible.
- Por el lado de la demanda, se está dando un cambio de actitudes y valores en la ciudadanía que afecta a la forma de demandar productos y al consumo. Y es que los desmanes ambientales y los grandes episodios de contaminación que se han venido produciendo en el planeta han aumentado la sensibilización de la sociedad y su interés por proteger el medio ambiente. También la preocupación creciente de las personas sobre el impacto que en su propia salud tiene el consumo de productos químicos (pesticidas, herbicidas, etc.) y la toma de conciencia en este sentido hacen que se consuman más productos ecológicos, saludables, respetuosos con el medio ambiente...





- Y por el lado de la oferta, las empresas van tomando conciencia de los cambios y van adaptando sus procesos productivos a la nueva situación. Para las empresas que deciden poner en el mercado productos y servicios más sostenibles, la producción bajo criterios de sostenibilidad les ofrece ventajas competitivas, permitiéndoles el acceso a mercados internacionales, la creación de nuevos puestos de trabajo y la reconversión de los ya existentes, por lo que producir bienes y servicios sostenibles tiene cada vez mayor potencial y supone una oportunidad real de negocio. Además, desde un punto de vista de rentabilidad económica, se ha demostrado que no es sostenible el principio de que quien contamina paga; es más sostenible incorporar en los procesos productivos y en los precios de los productos los costes de la contaminación.

Debido a todos estos factores, el sector de la economía verde está creciendo en empleo, facturación, impacto de sus actividades, reconocimiento de los consumidores, etc. y eso es algo que los inversores valoran. A este respecto, recientemente el secretario general de la OCDE pidió reorientar las inversiones hacia una economía verde y más justa, e insistió en que "las inversiones no pueden ignorar los desórdenes medioambientales", para lo cual hay que establecer "incentivos más inteligentes", especialmente porque los sectores de la "economía verde" necesitan inversiones de largo plazo.

El Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la OIT, por su parte, hacen previsiones concretas de crecimiento y afirman que el mercado global de productos y servicios ambientales se duplicará en el año 2020, pasando de los actuales 1.370 millones de dólares/año a 2.740 millones. Además, según estimaciones de la Comisión Europea, hasta el año 2020 la economía verde podría generar en Europa 20 millones de puestos de trabajo.

En España se confirman unas perspectivas de generación de empleo positivas para sectores como las energías renovables, el transporte y la edificación sostenible, la producción de biocarburantes, la agricultura y ganadería ecológicas y el turismo sostenible. Sin embargo, otras actividades "tradicionales", como la gestión y tratamiento de residuos y aguas residuales o la gestión de zonas forestales (salvo los llamados "sumideros forestales" en la lucha contra el cambio climático) muestran una capacidad de crecimiento limitada o moderada en el futuro. El Instituto Sindical de Trabajo Ambiente y Salud ha hecho unas estimaciones al respecto, augurando un aumento para 2015 y 2020 de 124.265 empleos en las energías renovables, 122.000 en el transporte sostenible, 100.000 en la construcción y 14.000 en la gestión de residuos. Por su parte, la Confederación Sindical Internacional analiza los efectos de inversión

verde en varios países y concluye que, en el caso de España, una inversión del 2% del PIB durante 5 años en los sectores de la energía renovable, construcción, transporte y manufactura puede generar casi 1.800 millones de empleos verdes.

Debilidades y amenazas del sector.

El éxito de la economía verde depende en última instancia de que las personas consumidoras elijan los productos de la economía verde; esto es, la ciudadanía posee el poder de promover la sostenibilidad de las empresas, favoreciendo a aquellas empresas y productos más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Pero todavía existe un **importante grado de desconocimiento acerca del potencial de generación de riqueza y empleo que tienen las actividades relacionadas con el medio ambiente**. Este desconocimiento es la principal amenaza a la que se enfrenta el sector, y puede tener su explicación en factores como los siguientes:

- Falta de interés político e institucional por:
 - investigar, primero, sobre los riesgos que llevan implícitos determinados procesos productivos que no pertenecen a la economía verde, como los efectos que el uso de productos químicos en la producción agraria tradicional tiene sobre la salud y el medio ambiente;
 - e informar, después, y darlos a conocer a la sociedad, con lo que se perpetúa una situación de desinformación entre la ciudadanía.
- Intereses comerciales de determinadas firmas que pretenden mantener negocios basados en bienes o servicios no sostenibles o no respetuosos con el medio ambiente (siguiendo el mismo ejemplo de la agricultura tradicional, sería el caso de las empresas fabricantes de productos químicos como pesticidas, herbicidas, etc.).

Otra debilidad que presenta el sector verde se deriva de que los precios de los productos o servicios que se comercializan en este sector resultan, en general, más elevados que los de la producción tradicional, debido a que suelen incorporar el coste de la contaminación ambiental. Para salvar este problema habría que evolucionar hacia una economía donde los costes y los precios (no sólo de estos productos, sino de todos) sean más reales y donde se elimine la dicotomía o la barrera que existe entre valor y precio.



Fortalezas y oportunidades del sector:

Entre las fortalezas y oportunidades del sector de la economía verde podrían mencionarse las siguientes:

- La sensibilización de la sociedad hacia los temas ambientales y la demanda de productos y servicios más sostenibles va aumentando progresivamente, en parte gracias a los avances en la investigación científica y sanitaria.
- La situación de expansión en la que se encuentra el sector ambiental lo convierte en una clara oportunidad de negocio, capaz de generar empleo y riqueza, y una vía para garantizar una economía sostenible a largo plazo, por lo que las empresas cada vez apuestan más por este tipo de actividades verdes.
- Las políticas europeas favorecen cada vez más el desarrollo de actividades relacionadas con el medio ambiente, lo que se traduce en una mayor dotación de fondos y líneas de financiación europeas destinadas a estas actividades.

7.3. Los nichos de negocio en el sector de la economía verde para jóvenes en riesgo de exclusión

Al igual que en el sector del comercio, se ha realizado un análisis previo para identificar actividades emergentes dirigidas a jóvenes en riesgo de exclusión social. Este análisis ha sido refrendado posteriormente por las entidades y empresas entrevistadas en el marco de este estudio, resultando en los nichos de negocio que se recogen en la **Tabla 22**.

Ámbito	Área de negocio
Agricultura y ganadería ecológica	Producción y distribución de alimentos ecológicos
	Comercialización de alimentos ecológicos
	Alimentación infantil ecológica
	Desarrollo de grupos de consumo
	Producción de abono natural y cultivos agroenergéticos)
	Construcción de nuevas infraestructuras para la agricultura y ganadería sostenible (nuevas canalizaciones para el regadío donde se ahorre agua, desarrollo de nuevas estructuras de producción eficientes energéticamente para ganado, para invernaderos...)
Reutilización, reciclaje y gestión de residuos	Aparatos Eléctricos y Electrónicos
	Papel y cartón
	Limpieza de playas
Construcción y rehabilitación	Construcción bajo criterios de sostenibilidad y eficiencia energética
	Rehabilitación de edificios e infraestructuras
Educación y formación medioambiental	Organización de actividades para niños y jóvenes (granjas escuelas)
	Espacios de ocio y veraneo para niños de cara a campañas relacionados con la ecología y el medio ambiente

Tabla 22. Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector de la economía verde para jóvenes en riesgo de exclusión

Fuente: elaboración propia.



De todas estas actividades, **los agentes entrevistados destacaron** las siguientes:

- **Agricultura ecológica:**

La agricultura ha sido percibida en los últimos años como un sector de trabajo al que recurrían aquellas personas que no habían tenido la oportunidad de estudiar y que se veían obligadas a permanecer en las zonas rurales realizando una ocupación de último recurso. La agricultura ecológica, por el contrario, implica una nueva forma de entender esta actividad, que hoy en día puede resultar muy atractiva para jóvenes en riesgo de exclusión social:

- porque permite una nueva forma de relacionarse con otras personas, abandonando el concepto tradicional de agricultor como una persona aislada;
- porque aglutina tres dimensiones o facetas en una: la de productor, la de distribuidor y la de protector de la naturaleza;
- y porque implica trabajos rutinarios que no requieren de una elevada cualificación.

Algunos ejemplos de áreas de negocio en las cuales existen interesantes posibilidades de emprendimiento para estos jóvenes dentro de la agricultura ecológica serían los siguientes:

- Cultivos agroenergéticos. Son cultivos de plantas de crecimiento rápido destinadas únicamente a la obtención de energía o materias primas para la obtención de otras sustancias combustibles. El desarrollo de estos cultivos energéticos suele ir acompañado del desarrollo paralelo de la correspondiente industria de transformación de la biomasa en combustible. A diferencia de lo que sucede con los cultivos destinados a la alimentación, no es necesario ningún requisito especial en cuanto a condiciones del suelo o clima se refiere. Al contrario, lo que se busca es el tipo de cultivo que mejor se acomode a las características del suelo y a las condiciones del lugar, en un intento de obtener la mayor rentabilidad económica y energética. La finalidad es conseguir un alto rendimiento en la transformación energética y una alta producción anual, sin perder de vista la importancia de la proximidad geográfica de las zonas de producción de biomasa y las industrias de transformación de ésta.

- Mantenimiento de fincas agrarias por encargo de sus propietarios. Existe una tendencia creciente a adquirir en propiedad la planta que produce el producto agrario en origen, comprando parte de una finca destinada al cultivo de árboles frutales, vides, etc., que suele situarse a una distancia corta o media de las zonas urbanas. La oportunidad de emprendimiento en esta área vendría por el lado de los agricultores profesionales que trabajan estas fincas, y el propietario acude puntualmente para la cosecha o recolección. La motivación de esta demanda radica en el deseo de personas que viven en las ciudades de estar más en contacto con la naturaleza y, al mismo tiempo, consumir productos lo más naturales posible y sin intermediarios.
 - El consumo de proximidad o grupos de consumo. Esta práctica consiste que en un grupo de consumidores se pone de acuerdo para hacer compras directamente a los productores sin intermediarios y con unas cantidades suficientemente grandes como para que el precio resulte rentable. En la actualidad, la demanda en este subsector es todavía pequeña y tiene mucho potencial de crecimiento. Ahora bien, en ciudades grandes (como Madrid) resultaría complicado extender al total de la población esta forma de abastecimiento, porque implicaría multitud de transportes acudiendo a los centros de producción, con el consiguiente impacto en términos de contaminación. Las posibilidades de emprendimiento en esta área de negocio estarían sobre todo en la búsqueda de nuevas formas de acercar los productos a los consumidores finales; es decir, en los canales de distribución, donde hay todavía un gran campo por explorar.
 - Creación de nuevas formas de distribución de los productos. Las posibilidades de innovación en los canales de distribución son enormes, gracias en parte al avance de las nuevas tecnologías de comunicación y al desarrollo digital.
- **Construcción y rehabilitación sostenibles:**

Las nuevas exigencias normativas sobre certificación del rendimiento energético de los edificios van a traer consigo importantes oportunidades de negocio dentro del sector de la construcción. Sólo en los barrios periféricos de las grandes urbes de nuestro país existen unos cinco millones de viviendas construidas entre las décadas de los cincuenta y setenta del siglo XX que no cumplen prácticamente ninguno de los criterios de calidad y eficiencia recogidos en el Código Técnico de la Edificación. En este sentido, existen oportunidades de negocio en dos líneas fundamentales:



Tabla 23. Competencias técnicas asociadas a la economía verde

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	AGRARIA / Agricultura ecológica / Ganadería ecológica ENERGÍA Y AGUA / Gestión del uso eficiente del agua
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Realizar las operaciones de implantación, mantenimiento, producción y recolección de cultivos en una explotación agrícola ecológica, aplicando criterios de calidad, sostenibilidad y rentabilidad, cumpliendo con la legislación de agricultura ecológica, de control de calidad y de prevención de riesgos laborales vigentes.</p> <p>Realizar las operaciones de producción y manejo animal y/o de productos animales ecológicos, así como las de implantación, aprovechamiento, mantenimiento y recolección de cultivos herbáceos y pastos, en una explotación ganadera ecológica, aplicando criterios de calidad, sostenibilidad y rentabilidad, cumpliendo con la legislación de producción ecológica, de control de calidad y de prevención de riesgos laborales vigentes.</p> <p>Colaborar en la gestión del ciclo integral del agua promoviendo su uso eficiente, y desarrollar proyectos de instalaciones autónomas de captación, potabilización, suministro, saneamiento y depuración de agua, organizando y controlando su montaje y mantenimiento, para conseguir los mejores rendimientos del sistema, incluyendo su eficiencia energética y su aprovechamiento mediante técnicas de reutilización, aplicando los criterios de calidad y cumpliendo los planes de prevención de riesgos laborales y medioambientales de la empresa y la normativa vigente.</p>
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC0716_2: Preparar el terreno e implantar cultivos en explotaciones ecológicas. • UC0717_2: Manejar el suelo y realizar las labores culturales y de recolección en explotaciones ecológicas. • UC0526_2: Manejar tractores y montar instalaciones agrarias, realizando su mantenimiento. • UC0718_2: Controlar y manejar el estado sanitario del agroecosistema • UC0723_2: Preparar el terreno e implantar pastos y cultivos herbáceos en explotaciones ganaderas ecológicas. • UC0724_2: Realizar las labores de producción y de recolección de pastos y cultivos herbáceos para alimentación en ganadería ecológica. • UC0725_2: Realizar operaciones de manejo racional del ganado en explotaciones ecológicas. • UC0726_2: Producir animales y productos animales ecológicos. • UC0006_2: Montar y mantener las instalaciones, maquinaria y equipos de la explotación ganadera. • UC2205_3: Realizar diagnóstico y propuestas de optimización energética en redes e instalaciones de agua. • UC2206_3: Desarrollar proyectos de instalaciones de agua a pequeña escala. • UC2204_3: Realizar diagnóstico y propuestas de mejora de redes e instalaciones de agua. • UC1196_3: Gestionar el uso eficiente del agua en edificación. 	

Fuente: elaboración propia a partir del Catálogo Nacional de Cualificaciones profesionales.



- Oportunidades centradas en la incorporación de criterios de eficiencia energética en la edificación. Los requerimientos técnicos que deberían introducirse en las actuaciones de rehabilitación han de ir dirigidos a conseguir niveles de confort climático y ambiental, utilizando los menores recursos energéticos externos posibles e incorporando criterios de sostenibilidad en los materiales que se empleen y en la gestión de las obras.
- Oportunidades centradas en la certificación energética. En la actualidad, está en proyecto un nuevo real decreto que desarrolla el procedimiento básico para la certificación energética de edificios existentes. Cuando este nuevo real decreto afecte a todo el parque de viviendas existente, será un importante yacimiento de empleo, ya que se podrían llegar a certificar más de 25 millones de viviendas, mientras que en la versión actual sólo se obliga a certificar los edificios existentes cuando se vendan o alquilen, o cuando dispongan de una instalación centralizada con una potencia nominal térmica en generación de calor o frío mayor de 400 kW.

7.4. Formación y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector de la economía verde

7.4.1. Formación técnica

A continuación se muestran las equivalencias correspondientes de los potenciales nichos de negocio en este sector con las cualificaciones profesionales establecidas en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

En la **Tabla 23** aparecen las cualificaciones presentes asimiladas a los nichos de mercado, y se podrá observar que para muchos de los nuevos nichos de negocio no se encuentra, actualmente, cualificación oficial en este catálogo, lo que hace necesaria una adecuación a los nuevos puestos de trabajo surgidos con la aparición, por ejemplo, de nuevas tecnologías, nuevas formas de interrelación y nuevos servicios requeridos por la ciudadanía.

7.4.2. Formación competencial

El sector de la economía verde es transversal a prácticamente todos los demás sectores. Por ello, la formación para emprender en este sector puede ser muy variada y no necesariamente ceñirse a un tema concreto. Así pues, resulta muy difícil en el marco de este estudio acotar la formación concreta que se requiere para emprender en este sector, si bien es cierto que las personas que emprenden en actividades de la economía verde suelen diferenciarse de

otros emprendedores en su mayor concienciación ambiental (y también social). Se trata, por lo general, de personas más implicadas y comprometidas con el entorno, y sus proyectos van encaminados, además de a lograr una mejora del medio ambiente, a generar bienestar en la sociedad. Al margen de esta particularidad, para emprender en este sector sería necesaria formación en tres aspectos fundamentales que resultan comunes a los diferentes sectores que aglutina la economía verde:

- Conocimientos informáticos y sobre TIC para gestionar el conocimiento que hay detrás del proceso productivo (acceso a informes e información en Internet, intercambio de conocimiento y buenas prácticas con otras iniciativas o entidades, etc.), la comunicación a los consumidores y la distribución de los productos y servicios.
- Conocimientos de distribución, comercialización y ventas.
- Conocimientos de *marketing* y comunicación al consumidor, para explicar y dar a conocer el valor añadido de los productos o servicios.

Dependiendo del subsector concreto donde se ubique el negocio, se requerirán además conocimientos específicos sobre ese subsector. Por ejemplo, si se trata de agricultura y ganadería ecológicas, será conveniente tener conocimientos de producción agraria y ganadera propiamente dichos; si trata de construcción sostenible, serán necesarios conocimientos técnicos de las diferentes profesiones asociadas a este sector (albañilería, carpintería, pintura...), etc.

En general, para poner en marcha un proyecto o iniciativa en cualquier ámbito de la economía verde suele ser muy útil constituir equipos multidisciplinares que aglutinen diferentes capacidades y especializaciones.

7.5. Obstáculos para el emprendimiento en el sector

Los obstáculos a los que pueden tener que enfrentarse los jóvenes a la hora de emprender en el sector de la economía verde serían los siguientes:



²⁵ La Red emprenderverde es una iniciativa de la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, para fomentar la creación y consolidación de empresas o nuevas líneas de negocio en actividades vinculadas al medio ambiente y canalizar la inversión hacia actividades económicas sostenibles.

- Escasez o ausencia de conocimientos en áreas fundamentales del emprendimiento, así como claves para elaborar el plan estratégico de crecimiento a la hora de poner en marcha un negocio.
- Falta de definición y desarrollo normativo en la legislación que regula la actividad en algunos de los sectores que abarca la economía verde. Por ejemplo, en el sector de la agricultura ecológica la legislación no es clara en la delimitación de lo que se considera *alimento o medicamento* en la fabricación de productos aromáticos.
- Falta de información, o ésta es escasa y dispersa, sobre la demanda de determinados productos y servicios en algunos de los sectores verdes, lo que impide o dificulta la planificación de la oferta.
- En algunos sectores concretos puede darse también una carencia de formación, tanto académica como de conocimientos prácticos. En el sector agrícola, por ejemplo, los grados universitarios no están orientados a los cultivos ecológicos, y el currículo no está todavía suficientemente desarrollado. La única titulación que existe actualmente es una Formación Profesional en Producción Agroecológica. En cuanto al conocimiento práctico, se está perdiendo la transmisión de conocimientos entre generaciones, porque cada vez hay menos personas que trabajan en la agricultura, y esto supone que los conocimientos van dejando de transmitirse de padres a hijos.

Como posibles soluciones para superar algunos de los obstáculos señalados se pueden mencionar los siguientes:

- Poner en marcha desde los sectores público y privado actividades encaminadas a proporcionar formación a las personas emprendedoras: conocimientos, instrumentos y herramientas, etc. Un ejemplo de estas actividades se puede encontrar en la Red emprenderverde²⁵ (programas de formación impartidos por las escuelas de negocio ESADE e IESE Business School a los emprendedores prefinalistas de la segunda edición de los Premios Red emprenderverde; tres foros de inversión verde organizados hasta la fecha o, más recientemente, el Programa de formación Eco-Recinnova, realizado en colaboración con Ecoembes e impartido por IESE Business School, con el objetivo de apoyar a emprendedores verdes para que puedan poner en marcha nuevos proyectos de negocio vinculados al reciclaje y al ecodiseño, así como para que puedan crecer y consolidarse, ofreciéndoles formación en áreas clave).
- Modificar el sistema educativo para desarrollar el currículo en determinadas especialidades profesionales relacionadas con los sectores de la economía verde.

7.6. Perspectiva de género

El sector ambiental es muy amplio y aglutina una gran cantidad de actividades y ocupaciones. De forma general, no es un sector marcado especialmente por las diferencias entre hombres y mujeres a la hora de emprender.

Según datos publicados por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, la tasa de crecimiento de la mujer en materia de emprendimiento y trabajo autónomo fue de un 75%, en comparación con la del hombre, en junio de 2014 respecto a junio de 2013.

Sin embargo, en alguno de los sectores que aglutina la economía verde se constata una mayor presencia de hombres que de mujeres en lo que a empleo se refiere (sea por cuenta propia o ajena). Tal es el caso del sector agrícola y ganadero o el de la construcción.

Sin embargo, en alguno de los sectores que aglutina la economía verde se constata una mayor presencia de hombres que de mujeres si se atiende al empleo (sea por cuenta propia o ajena), tal es el caso del sector agrícola y ganadero o la construcción.



8

8. SECTOR DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

8.1. Caracterización del sector

El sector de las TIC comprende las tecnologías, herramientas y servicios necesarios para la gestión, la transformación y la transmisión de la información a través de cualquier canal de comunicación.

El primer reto es delimitar las actividades que lo comprenden, en tanto que puede ser concebido en términos de “hípersector” –que abarcaría las industrias y servicios de telecomunicaciones, las tecnologías de la información, los contenidos digitales, la electrónica, la venta, comercialización y reparación de equipos, el desarrollo de aplicaciones, etc. (AMETIC, 2010)– o acotar su alcance.

La clasificación varía en función de las fuentes consultadas. No obstante, de cara a este trabajo y a la caracterización del sector, se opta por un concepto amplio, dado que hay que tener en cuenta que, además de ser un sector productivo en sí mismo, es transversal y tractor de otros sectores económicos.

Definición del sector

Para caracterizar el sector tal y como lo define el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), se han seguido las recomendaciones de clasificación internacional, que incluyen para el sector TIC las ramas de actividad de telecomunicaciones, actividades informáticas, fabricación TIC y comercio al por mayor TIC; y para el sector de generación de contenidos (media y audiovisual), las ramas de actividad de publicaciones, cine y vídeo, edición musical, grabación de sonido y programación de radio y televisión y otros servicios de información. Todas estas actividades (excepto fabricación TIC y comercio al por mayor TIC) constituyen la rama de actividad de información y comunicaciones en las cuentas nacionales, y son las que más adelante se cuantificarán en términos de aportación al PIB y a la creación de empleo (**Figura 14**).



SERVICIOS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

- Telecomunicaciones (por cable, inalámbricas, por satélite, otras actividades)
- Hardware (alquiler de equipos, reparación de ordenadores y otros equipos de información, etc.)
- Software (edición de programas informáticos, programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; Proceso de datos, hosting y actividades relacionadas; portales web)
- Otros servicios de información

Figura 14. Definición del sector TIC y contenidos digitales: subsectores económicos que lo integran.

En concreto, cada una de las actividades del sector hace referencia a:

- El subsector de las **telecomunicaciones**, que engloba todas las actividades dedicadas a la provisión de servicios y aplicaciones especializadas, como las comunicaciones por satélite y posicionamiento, las comunicaciones por cable y las comunicaciones móviles y radioenlaces (ONTSI, 2014; Barcelona Treball, 2013).
- El **resto del sector TIC**, que incluye los ámbitos de actividad del tratamiento digital y procesamiento de datos; de la administración, consultoría e integración de sistemas; de la seguridad, el diseño y desarrollo de software y hardware; y de los servicios de soporte técnico y mantenimiento.

- Las **actividades informáticas**: la prestación de servicios de edición, programación, consultoría, hosting, proceso de datos y reparación y mantenimiento (ONTSI, 2014).
- El subsector de **contenidos digitales**, que incluye las publicaciones, cine y vídeo, edición musical, grabación de sonido y programación de radio y televisión, entre otros (ONTSI, 2014).

Por tanto, de cara a este trabajo, la caracterización del sector engloba actividades de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 2009 recogidas en la Tabla 24.

Importancia estratégica del sector en la economía española

El sector de las TIC y los contenidos son componentes centrales de las actividades económicas y sociales de España, aunque después de la crisis económica el sector ha experimentado un descenso general en cuanto al volumen de negocios de los distintos subsectores TIC. Según el ONTSI, el sector TIC y de contenidos digitales²⁷ aportó un 4,1% al total del VAB_{pm}²⁸, alcanzando en 2013 los 39.726 millones de euros. En cuanto al año 2014, las cifras de negocio y de personal ocupado muestran signos de mejora (ONTSI, 2014).

En lo que se refiere al empleo según los microdatos de la EPA correspondiente al segundo trimestre de 2014, y en función de la definición a efectos de este informe, el sector TIC absorbía el 2,3% del total de personas ocupadas, empleando a algo más de 400.000 personas en España. Se trata, además, de un sector en el que la presencia de hombres (3,1%) casi dobla a la de mujeres (1,4%), lo que significa una masculinización del sector (Tabla 25).

Centrando el análisis en la distribución del empleo por comunidades autónomas, es importante señalar que la especialización en el sector TIC es más significativa en términos relativos en la Comunidad de Madrid y Cataluña, donde el 5,7% y el 2,6% de las personas ocupadas, respectivamente, lo hacen en este sector (Tabla 25).

Por otro lado, resulta interesante poner el foco sobre la importancia del empleo por cuenta propia en el sector TIC. En este sentido, el porcentaje de personas ocupadas en el ámbito de las tecnologías y la información que lo hace de forma autónoma asciende en toda España al 13,5%, un 3,2% por debajo del indicador del porcentaje de personas ocupadas por cuenta propia para en todos los sectores de la economía (16,7%)²⁹.

Tabla 24. Clasificación Nacional de Actividades Económicas Servicios TIC

IDENTIFICACIÓN CNAE 2009	ACTIVIDADES DE SERVICIOS TIC ²⁶
611-619	Telecomunicaciones (por cable, inalámbricas, por satélite, otras actividades)
773	Alquiler de otra maquinaria, equipos y bienes tangibles
532	Edición de programas informáticos
620	Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática
631	Proceso de datos, hosting y actividades relacionadas; portales web
639	Otros servicios de información
951	Reparación de ordenadores y equipos de información

²⁶ Las actividades de "Comercio al por mayor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones" (CNAE 465) y "Comercio al por menor de equipos para las tecnologías de la información y las comunicaciones en establecimientos especializados" (CNAE 474) se incluyen en el sector del comercio.

²⁷ Incluye las ramas de actividad de servicios TIC (telecomunicaciones y actividades informáticas), como las actividades relacionadas con los contenidos (audiovisual, edición, servicios de información, actividades de cine, vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical). No se incluyen las actividades de comercio al por mayor TIC ni fabricación TIC.

²⁸ Calculado a partir de la Contabilidad Nacional publicada por el INE.

²⁹ Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE correspondientes al segundo trimestre de 2014.

Comunidad Autónoma	PESO DEL SECTOR TIC			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR TIC		
	% de personas ocupadas en el sector TIC respecto al total de personas ocupadas			% de personas ocupadas por cuenta propia en el sector TIC respecto al total de personas ocupadas en dicho sector		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Andalucía	1,8%	1,2%	1,6%	24,6%	22,2%	23,8%
Aragón	2,7%	1,0%	1,9%	12,9%	0,0%	9,9%
Asturias (Principado de)	1,9%	0,9%	1,4%	10,8%	11,4%	11,0%
Baleares (Islas)	1,7%	0,6%	1,2%	7,7%	26,0%	11,9%
Canarias	1,7%	0,6%	1,2%	23,4%	30,9%	25,1%
Cantabria	3,1%	1,0%	2,1%	3,9%	0,0%	3,1%
Castilla-León	1,7%	0,6%	1,2%	6,4%	0,0%	4,9%
Castilla-La Mancha	2,4%	0,7%	1,7%	13,5%	8,9%	12,7%
Cataluña	3,9%	1,1%	2,6%	18,1%	11,4%	16,7%
Comunidad Valenciana	2,1%	0,9%	1,6%	26,5%	24,1%	25,9%
Extremadura	0,6%	0,4%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Galicia	2,3%	1,0%	1,7%	17,3%	6,0%	14,1%
Madrid (Comunidad de)	7,2%	4,0%	5,7%	10,6%	1,5%	7,6%
Murcia (Región de)	1,5%	0,6%	1,1%	19,3%	0,0%	14,7%
Navarra (Comunidad Foral de)	2,5%	0,7%	1,7%	37,9%	0,0%	30,6%
País Vasco	3,0%	1,0%	2,0%	11,0%	5,3%	9,7%
Rioja (La)	1,4%	0,8%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	3,1%	1,4%	2,3%	15,5%	8,2%	13,5%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 25. Distribución territorial del empleo del sector TIC por comunidades autónomas. Datos del segundo trimestre de 2014

Hay que señalar, además, que existe una elevada variabilidad entre territorios, siendo en la Comunidad Foral de Navarra (30,6%), Comunidad Valenciana (25,9%) y Canarias (25,1%) donde más se emprende en este sector (tomando como indicador aproximado del emprendimiento la variable empleo por cuenta propia).

Las diferencias entre mujeres y hombres también se ponen de manifiesto en el sector de las TIC. Y es que las mujeres que trabajan en este ámbito y lo hacen por cuenta propia (8,2% del total de mujeres ocupadas) son casi la mitad que los hombres (15,5%).

Los datos relativos al empleo juvenil en el sector TIC siguen estas mismas tendencias, acentuándose la importancia de dicho sector en el conjunto de los jóvenes respecto al total del

PESO DEL SECTOR TIC Jóvenes menores de 35 años			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR TIC Jóvenes menores de 35 años		
% de personas ocupadas jóvenes en el sector TIC respecto al total de personas ocupadas jóvenes			% de personas ocupadas jóvenes por cuenta propia en el sector TIC respecto al total de personas ocupadas jóvenes en dicho sector		
Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
4,3%	2,2%	3,3%	11,8%	7,5%	10,4%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 26. El empleo juvenil (menores de 35 años) del sector TIC. Datos del segundo trimestre de 2014

Características económicas			
Valor añadido sobre PIB	4,1%	Volumen de ocupación sobre el total	2,3%
Morfología empresarial	Alta proporción de pequeñas empresas, y mayoritariamente pertenecen al subsector de actividades informáticas		
Grado de dependencia AAPP	Bajo	Grado de innovación	Alto
Evolución del sector			
Económica	Negativa	Empleo	Positiva
Impacto de la crisis	Crecimiento negativo desde principios de la crisis, pero con tendencia a la recuperación		
Características de empleo			
Características empleo generado	Empleo de calidad	Contratación fija, salarios superiores a la media	
Perfiles profesionales demandados	Perfiles profesionales cualificados con titulaciones medias y superiores, sobre todo en los ámbitos de la consultoría tecnológica. Se requiere una formación de base tecnológica, pero complementada con formación de gestión empresarial		
Titulaciones especializadas	Ingeniería en Informática Ingeniería en Telecomunicaciones CFGM/CFGS en Informática		
Titulaciones no especializadas	Administración y Dirección de Empresas CFGS/CFGM en Administración y Gestión Otras (marketing, comercial...)		
Conocimientos complementarios	Idiomas (preferentemente inglés), conocimientos sobre el negocio, la organización empresarial, conocimientos comerciales y de mercado		

Tabla 27. Datos económicos del sector TIC y de su peso en el conjunto de la economía española

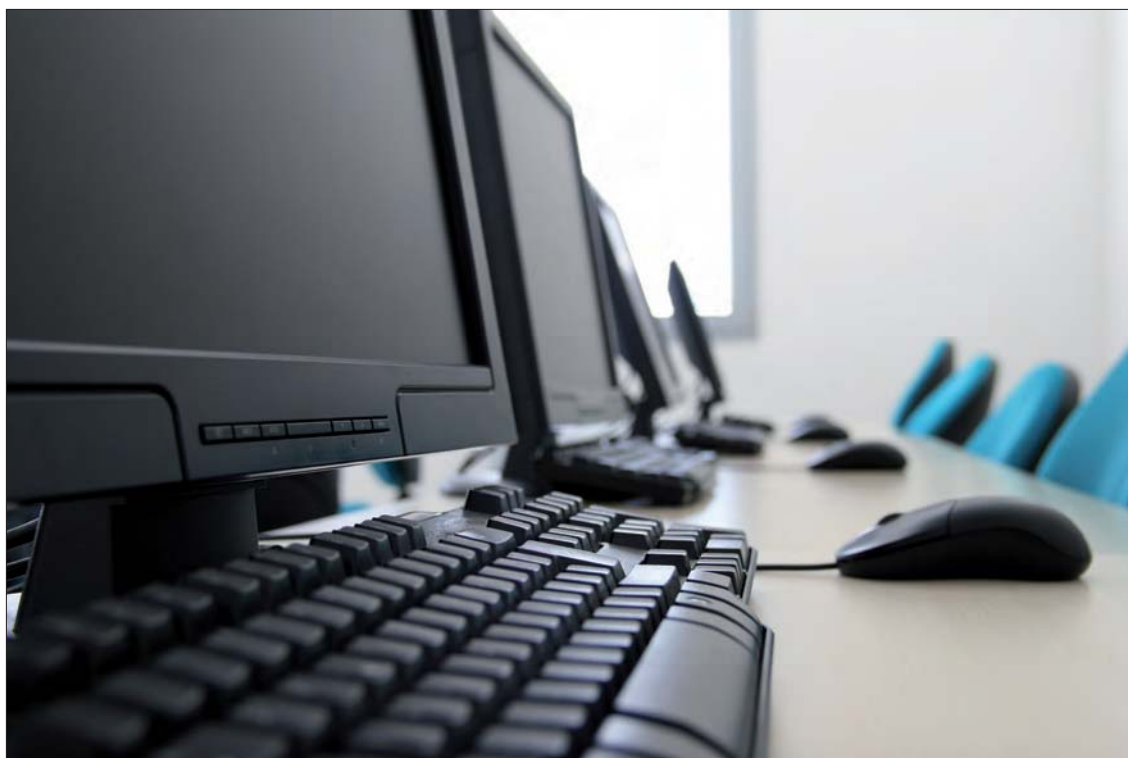
empleo. Así, el 3,3% de las personas jóvenes ocupadas (154.110 personas) lo hacen en estas actividades. Son los hombres jóvenes (4,3%), además, quienes lo hacen en mayor medida que sus compañeras (2,2%) (Tabla 26).

Sin embargo, en este punto hay que poner de relieve que la iniciativa por cuenta propia se reduce en el caso de la juventud, pues los porcentajes de empleo por cuenta propia se sitúan en el 10,4%, tres puntos porcentuales menos que para el total de la población.

Según un estudio de AMETIC de 2011, las empresas del sector tienen, de media, 15,8 empleados, valor que representa 3,6 trabajadores más que la media de las empresas españolas (12,2 trabajadores/empresa). La destrucción de puestos de trabajo ocasionada por la crisis económica ha afectado a las personas con baja cualificación profesional.

En España, el **tejido empresarial** de las TIC se compone principalmente de pymes y un pequeño porcentaje de empresas de gran tamaño (IET, 2015). Del total de 29.277 empresas activas, el 70% corresponde al sector TIC (la mayoría son actividades informáticas) y el 30% a contenidos digitales.

En el sector TIC hay un **grado de innovación** alto, agrupando dicho sector un porcentaje muy elevado del total de la inversión en innovación (17% del total en el año 2012), siendo la mayor parte de la inversión en innovación en los servicios: telecomunicaciones, programación, consultoría y más (Fundación Orange, 2014). Sin embargo, según la Agenda Digital para España, la actividad de las empresas en I+D+i es inferior en relación a la importancia del sector en la economía española. Además, el gasto anual en I+D de las empresas españolas en este sector representa sólo el 0,11% del PIB (Tabla 27).



La estructura económica de las grandes ramas de actividad del sector de las TIC es la siguiente:

- **Telecomunicaciones:** su cifra de negocio en 2013 fue 31.391 millones de euros. Fue el sector más fuertemente afectado por la crisis económica de 2008. Sin embargo, el sector empleaba a 61.670 personas en el año 2013 (ONTSI, 2014).
- **Actividades informáticas:** han experimentado una tendencia positiva en los últimos años. El sector tuvo una facturación de 26.925 millones de euros en 2013, año en el que se ha producido una recuperación en la generación del empleo, con un crecimiento del 2,2%.
- El subsector de **contenidos digitales** ha seguido una tendencia negativa después de la crisis de la economía española, con cifras de negocios que se reducen. En 2013 había 8.712 empresas de contenidos digitales, y la facturación del sector fue de 13.290 millones de euros, proporcionando además ocupación a 72.569 personas (ONTSI, 2014).

8.2. Situación del sector y perspectiva de futuro

La situación actual del sector

Las TIC y los contenidos se ha convertido en un sector fundamental de la actividad económica y social en los últimos años. Las TIC están en todas las actividades económicas y sociales, y tienen un gran impacto en la productividad y en el desarrollo económico. La difusión de las TIC está generando sinergias y convergencias con otras tecnologías, y produciendo fuertes innovaciones en otros sectores.

En el contexto internacional, la OCDE apunta que hay ciertos indicadores que confirman la recuperación del sector. En el ámbito nacional, las perspectivas de mejora son claras. De enero a septiembre de 2014 se incrementa la cifra de todas las actividades que componen el sector TIC y los contenidos, excepto en el caso de las telecomunicaciones y la fabricación TIC, que continúan en la senda de crecimiento negativo de los últimos años, repercutiendo de forma clara en el cómputo global del sector.

Perspectivas generales y expectativas de crecimiento para el sector

El sector de las TIC y los contenidos engloba una gran variedad de actividades, un recurso necesario para la economía y la sociedad españolas. Es un sector omnipresente, con ramas en muchos otros sectores de la economía (como la fabricación, el comercio, la industria médica y de la salud, la protección del medio ambiente y muchos otros), y tiene un gran impacto sobre la productividad y el desarrollo económico en España (ONTSI, 2014). Como resultado, el sector todavía está experimentando innovación y crecimiento.

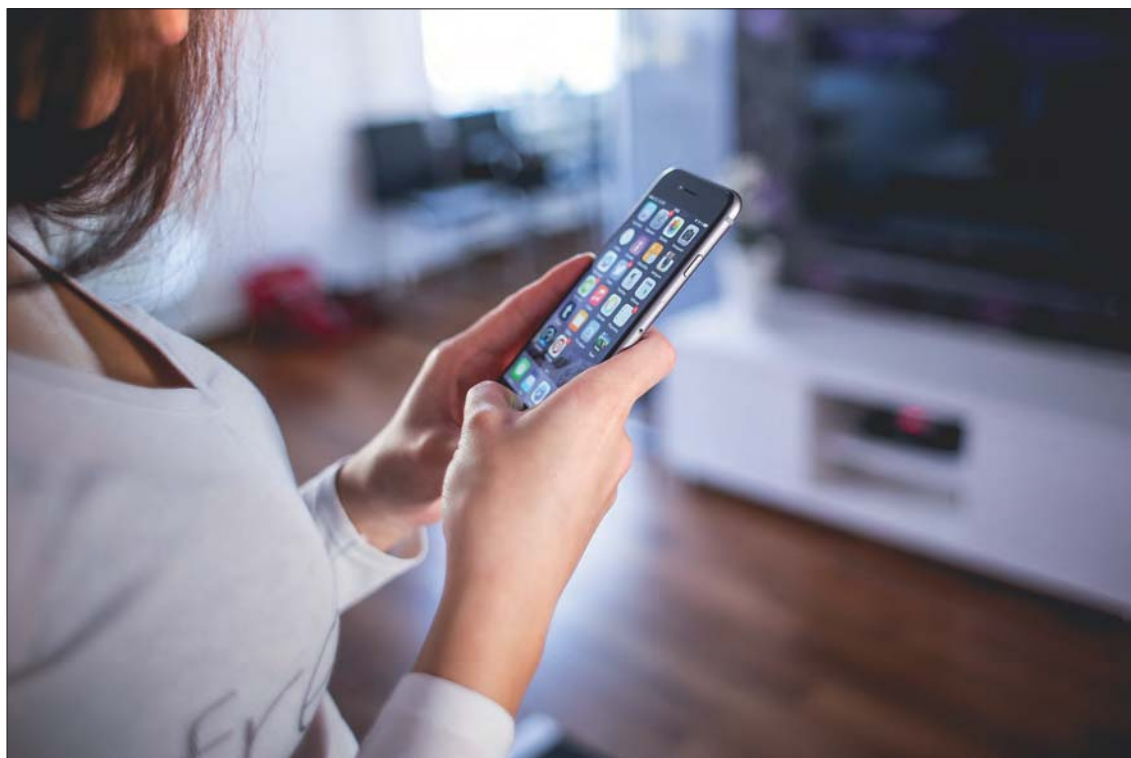
El futuro del sector es positivo, según el último informe realizado por ONTSI: la inversión extranjera bruta ha experimentado un fuerte crecimiento, y las perspectivas generales son de un cambio exponencial brutal. Existe un nuevo negocio de empresas 3.0 donde la eficiencia, la agilidad, la orientación o la interfaz con el consumidor es el futuro. No se sabe muy bien si es un cambio que viene demandado por la sociedad, o si realmente son las empresas las que, buscando ese nicho de mercado, fomentan esa necesidad. Lo que sí está claro es que la sociedad es cada vez más consciente de lo que quiere y hacia dónde quiere ir. Quiere un cambio, avanzar, progresar, y las empresas están respondiendo a esa necesidad.

Además, hay muchas innovaciones, lo que puede generar más negocio y empleo en el sector (por ejemplo, en el desarrollo de ciudades inteligentes, la conexión de los vehículos a Internet...). En España hay muchas empresas que participan en proyectos de este tipo (Telefónica, 2014). Por ejemplo, se estima que el empleo en las aplicaciones informáticas crezca en la Unión Europea de los 1,8 millones de trabajadores en la actualidad (entre desarrolladores y otros empleos) a 4,8 millones en 2018, pasando de un millón de desarrolladores a 2,7 millones; y de 0,8 millones a 2,1 en el resto de empleos ligados a las aplicaciones informáticas (Informe Anual eEspaña 2014, Fundación Orange).

Tendencias

Cloud computing

El *cloud computing* es un tipo de servicio situado en la red, específicamente en la nube de Internet, que permite a sus usuarios guardar y consultar la información de y en cualquier lugar o dispositivo, eliminando la necesidad de poseer físicamente los recursos y guárdalos en una ubi-





cación específica (Barcelona Treball, 2013). Según un informe realizado por Telefónica, el uso del cloud computing ha crecido entre las empresas TIC, mientras que un 69% de las pequeñas empresas y un 83% de las medianas entienden el concepto (Telefónica, 2014). Actualmente, en España sólo un 20% de las empresas usan esta tecnología, pero la cifra puede aumentar. Según la Comisión Europea, las tendencias futuras predicen que el *cloud computing* podría generar un incremento del PIB en Europa de casi 957.000 millones de euros en 2020, y 3,8 millones de empleos también (Fundación Orange, 2014).

Internet móvil

El uso de dispositivos móviles con conexión a Internet (*smartphones*) ha experimentado un gran incremento en los últimos años. En España, dos de cada tres internautas son multiplataforma, y utilizan más de un dispositivo para acceder a Internet. Además, el número de usuarios de móvil es superior al de otros países europeos. En 2014, España fue el primer país dentro el Unión Europea con más *smartphone*, con un 81% de todo los móviles. El incremento del uso de teléfonos inteligentes es una tendencia que continuará en el futuro, teniendo en cuenta las ventas continuamente crecientes (Telefónica, 2014).

Apps

Las tendencias de Internet móvil y los *smartphones* han puesto en marcha un nuevo mercado, el de las aplicaciones o apps. Se definen como "programas específicos que permiten acceder a contenidos directamente desde dispositivos móviles" (Barcelona Treball, 2013). Según un informe realizado por Telefónica, los españoles acceden a las apps por lo menos diez veces al día; un 31% las abren entre 16 y 30 veces, y un 13% las abren más de 60 veces (Telefónica, 2014). Este importante negocio del sector de las TIC facturó en 2012 casi 780.000 euros, y está en constante crecimiento (Barcelona Treball, 2013).

Redes sociales

En la red existe un amplio número de sitios web relacionados con el social *networking*. Se trata de una herramienta esencial para la integración y la comunicación con la sociedad. Las empresas necesitan desarrollar páginas web para estar presentes en la red. España es uno de los diez países de la Unión Europea que mayor uso hace de las redes sociales (siete puntos porcentuales por encima de la media). Además, según el informe eEspaña 2014 realizado por

la Fundación Orange, el 64% de los internautas españoles utiliza la mensajería instantánea o las redes sociales para comunicarse.

Big data

Otra tendencia en el sector TIC está relacionada con la necesidad de aumentar el almacenamiento y el flujo de datos de la red (redes sociales, imágenes, audio y vídeo, etc.). *Big data* es la manera en que las empresas de servicios financieros, fabricantes de productos de consumo, cadenas de distribución y también gobiernos pueden capturar, gestionar y analizar los datos. Para ello utilizan herramientas y plataformas de gestión de la información, como el Business Intelligence, entre otros (Penteo, 2012).

El modelo de datos abiertos (open data) aún puede considerarse incipiente, tanto en su oferta como en su uso por los reutilizadores de información, pero en el futuro la publicación y el acceso a estos datos medirán la actitud de las empresas y los gobiernos en temas como el gobierno abierto, la transparencia, la participación y la colaboración, pilares sobre los que edificar el nuevo papel de la ciudadanía en el concepto de gobernabilidad. En este sentido, hay administraciones y empresas que todavía no se plantean dedicar recursos a esta opción, pero hay otras que ya están utilizando una potente tecnología para, a partir de ella, construir su oferta, y otras han puesto el énfasis en ofrecer un amplio número de datos, por encima de otras consideraciones.

Hoy en día existe una gran escasez de especialistas en gestión y análisis de datos. Además de tecnológico, el *big data* es un reto organizativo. El 30% de las compañías reconoce no disponer del talento interno necesario para abordar la gestión eficiente de los datos. Especialistas en ingeniería de datos, textos e imágenes, programadores de bases de datos NoSQL, analistas de datos, estadísticos, matemáticos... A éstos hay que añadir la capacidad de conectar el análisis de datos con las necesidades de negocio. Ciertos roles analíticos en los departamentos de marketing cumplen este requisito de negocio, pero no disponen de los conocimientos técnicos. Y al revés, puestos técnicos en los departamentos de TIC son especialistas en minería (*data mining*) y programación, pero no en la conexión con el negocio. La formación y la promoción interna serán las mejores herramientas para suplir en una primera instancia la escasez de talento externo (Penteo, 2012).

Internet de las cosas

"Internet de las cosas" es concepto que hace referencia a la existencia de una red mundial de objetos cotidianos interconectados, que se comunican entre sí, proporcionando información sobre su posición, su estado y su evolución, y que, una vez procesados, permitirán la toma de decisiones y la actuación inteligente (Penteo, 2012).

La comunicación autónoma entre máquinas es ya una realidad, y cada día se desarrollan nuevas aplicaciones en todos los campos, desde domótica y seguridad en el hogar hasta gestión de flotas y logística, utilidades para comercios y *marketing* personalizado o soluciones médicas a distancia, ahorro energético, sostenibilidad y ciudades más accesibles. Machine to Machine (M2M) aporta ventajas individuales a empresas y particulares, y permite a la comunidad crear entornos de vida más sostenibles y humanos mediante la racionalización de los servicios, el ahorro energético y la creación de smart cities –ciudades inteligentes– sostenibles. Los indicadores de la Agenda Digital confirman la mejora en el despliegue de este tipo de conexiones.

En definitiva, la sociedad *sensorizada* va a crear nuevos modelos de negocio. En los próximos años veremos cómo Internet se convertirá en la infraestructura de comunicación del mundo que vinculará a todos nosotros con los objetos cotidianos, con caudales de acceso virtualmente ilimitados sobre fibras ópticas e infraestructuras inalámbricas (Penteo, 2012).

Debilidades y amenazas del sector

- Escasa tradición de estrategias colaborativas entre empresas para generar economías de escalas en el acceso, la implantación y uso de nuevas tecnologías.



- Insuficiente inversión pública en I+D en el sector.
- Desinversión en infraestructuras.
- Falta de coordinación y ordenación de la oferta formativa universitaria en el ámbito de las TIC.
- Inadecuada escala o dimensión del mercado de negocio actual, estructura del tejido empresarial formada básicamente por pequeñas y medianas empresas (fragmentación del sector) y falta de financiación privada.
- Elevada competencia en un mercado globalizado.
- Falta de inversión privada a corto y medio plazo. Sigue sin producirse el despegue de fuentes de financiación alternativas, como el capital riesgo, con cifras muy alejadas de las de los países más desarrollados, lo que no facilita la implantación de proyectos emprendedores relacionados con las TIC en España.
- Es un sector donde se están construyendo las reglas de juego sobre la marcha, en el que no se sabe qué va a pasar dentro de diez años, lo que implica investigación y prueba de tecnologías a nivel máximo para lograr un posicionamiento entre los primeros puestos.
- Protección de datos y de la privacidad. Ha habido una eclosión de nuevas start-ups o líneas de negocio, y no están definidos los límites de hasta dónde se puede llegar (por ejemplo, empresas unicornio donde se cree que, si no se roza la ilegalidad, no tienes futuro ni éxito). Son empresas que crecen tan rápido que el sistema legal del país no puede controlar, y entonces se establecen prohibiciones porque no se está preparado para poner reglas donde todo el mundo sea capaz de sobrevivir. Se ha creado una nube de datos que posiblemente no se está gestionando bien.
- Carencias del sistema educativo. No hay formación en competencias STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, por sus siglas en inglés).
- Falta de profesionales cualificados con los conocimientos técnicos específicos y con habilidades de gestión y dirección de equipos.

- Bajo nivel de inglés del personal cualificado. Para ejercer como profesional en el sector de las telecomunicaciones y las TIC es imprescindible tener un nivel avanzado en inglés hablado y escrito.

Fortalezas y oportunidades del sector

- La Agenda Digital para España tiene como objetivo impulsar mecanismos que fomenten la financiación privada de actividades innovadoras. En este sentido, según la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo (ASCRI), el sector de las TIC fue uno de los más activos en este tipo de mecanismos de financiación, tanto en términos de volumen de inversión como de número de operaciones.
- Existencia de operadores muy eficientes.
- El plan de desarrollo e innovación del sector TIC realizado por la Agenda Digital tiene como objetivo incrementar la eficiencia de la inversión pública y privada en I+D+i en TIC (Agenda Digital, 2013). La situación actual es que los presupuestos en innovación destinados a las TIC han experimentado un crecimiento del 2,8% en 2013 (Fundación Orange, 2014).
- Alta competitividad en costes laborales y productivos en comparación con otros países de la Unión Europea, como Francia, Alemania, Holanda, etc.
- Existencia de una base sólida de clientes sectoriales de referencia. En concreto, el sector cuenta con clientes potentes de sectores como la banca, las finanzas, los seguros y el sector industrial.
- Apuesta estratégica de las entidades públicas locales por el sector de las telecomunicaciones y las TIC.
- Fuerte carácter emprendedor, innovador y creativo de las empresas del sector.
- Facilidad de las empresas del sector para implantar nuevas tecnologías en sus procesos de producción, lo que las hace más competitivas y flexibles, a la vez que les confiere más posibilidades de resistir en un contexto de crisis económica.





- Mayor coordinación de empresas, personas emprendedoras, centros de investigación, trampolines empresariales y parques tecnológicos del sector, para favorecer la competitividad y la internacionalización de los proveedores locales.
- Fuerte inversión pública en la implantación de aplicaciones telemáticas (administración electrónica, e-salud, formación reglada basada en *e-learning*) y desarrollo de tecnologías y servicios tecnológicos de alto valor añadido y sistemas nuevos.
- Mejorar el acceso a la financiación a través de un contexto que promueva las interacciones entre emprendedores, empresas consolidadas, capital riesgo y *business angels*.
- Aumentar la formación a lo largo de la vida de los profesionales es esencial para mantener al personal actualizado y capaz de adaptarse a nuevos contextos, algo que suele ser muy habitual en el sector de las telecomunicaciones y las TIC.
- Amplias oportunidades para todo aquel que quiera ser pionero en nuevas tecnologías y virar hacia otros modelos de negocio. Ya no vale el modelo clásico de las TIC. Existen empresas tipo start-up que en cuestión de días pueden multiplicar su valor por veinte. La gran fortaleza es que no se genera un producto nuevo por el hecho de consumir, sino que va asociado a una mejora del nivel y de la calidad de vida. Las nuevas tecnologías están impactando cada vez más en lo social.
- Digitalización de la sociedad y concienciación social del cambio tecnológico.
- Existe financiación para nuevas *start-ups* vinculadas a temas sociales.
- Existencia de herramientas y programas disponibles para empezar a emprender o desarrollar algo (en el caso de los jóvenes en riesgo de exclusión también existen esas herramientas y ecosistemas para poder desarrollar ideas).

8.3. Los nichos de negocio en el sector TIC para jóvenes en riesgo de exclusión

Partiendo de un análisis previo, que ha sido refrendado posteriormente por las entidades y empresas entrevistadas en el marco de este estudio, se han identificado como posibles actividades emergentes para jóvenes en riesgo de exclusión social los nichos de negocio recogidos en la **Tabla 28**.

De todas estas actividades, las que han sido más **destacadas por los agentes entrevistados** fueron las siguientes: sistemas digitales, ciberseguridad, *smart cities*, Internet de las cosas, *big data* (desarrollar aplicaciones y servicios que exploten los datos que se intercambian por Internet o se recogen a través de sensores); software constituido sobre tecnologías ya existentes; *e-commerce*; *start-ups* que apoyen la salud (*e-health*), el medio ambiente o la educación; sistemas que integren el hardware, software y las comunicaciones; impresión en 3D y 4D (3D más tiempo); desarrollo de todo lo relacionado con las *wereables*, *chips*, robots; desarrollo de servicios y aplicaciones usando las TIC y desarrollo de servicios digitales usando como base las redes sociales.

En relación con el emprendimiento, en estos nichos de negocio hay que señalar que las TIC han impulsado mucho el emprendimiento. Es un sector donde paradójicamente se puede tener mucho conocimiento sin tener mucha formación. Es posible emprender en TIC si ser

Ámbito	Área de negocio
Telecomunicaciones	Instalaciones de infraestructuras de telecomunicaciones
	Desarrollo de proyectos de automatización, transporte y conducción (drones)
Hardware	Reparación y puesta en servicio de distintos dispositivos: móviles, ordenadores, televisiones
	Hardware libre y arduino
	Impresión 3D-4D
Software y redes	Mobile
	Creación y administración de páginas web
	Dinamización de redes sociales
	Virtualización
	Herramientas web
	Programas para las áreas de logística
Otros servicios asociados a las TIC	Digitalización y tratamiento de imágenes por ordenador
	Elaboración de contenidos audiovisuales para la red
	Big data
	Internet de las cosas
	Ciberseguridad
	e-health
	e-education
	Wearables-chips
	Robótica

Tabla 28. Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector de las TIC para jóvenes en riesgo de exclusión

necesario un conocimiento extremo. Los emprendedores pueden explotar este campo, pero también hay que tener en cuenta que hay mucha competencia. Se debe aprovechar la tecnología disponible open source y las plataformas tecnológicas para el desarrollo de aplicaciones innovadoras.

Todas aquellas personas con perfiles técnicos apropiados tienen facilidad de emprender, incluso más que el que tiene un buen perfil de CEO (*chief executive officer*). Si eres técnico, puedes contratar a un CEO y fidelizarlo; pero si eres CEO no puedes fidelizar a un técnico, porque en un determinado tiempo –más bien poco– se va a marchar.

En relación con los jóvenes en riesgo de exclusión, existen menos posibilidades para emprender, pero aun así tienen opciones, porque se pueden desarrollar muchas aplicaciones (como en robótica). Las competencias necesarias dependen a veces de otros factores, como el contexto en relación con la creatividad, el estímulo de la formación o los recursos disponibles.

Según datos de Eurostat, en la actualidad existe una falta de perfiles técnicos. En los próximos 2-5 años van a faltar en Europa 825.000 perfiles profesionales técnicos.

Todos los jóvenes con actitud tienen posibilidades de emprendimiento. Son los jóvenes de la era digital, y ya de entrada tienen capacidades digitales desarrolladas. Es más, los jóvenes que no tienen trabajo tienen más oportunidades al disponer de más tiempo.

8.4. Formación y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector TIC

8.4.1. Formación técnica

Como perfiles profesionales cabe señalar:

- Perfiles profesionales con titulación universitaria, como Informática, Telecomunicaciones o Administración y Dirección de Empresas.
- Perfiles profesionales con titulaciones de los ciclos formativos de grado superior o grado medio en las familias profesionales de informática y comunicaciones, electricidad y electrónica o imagen y sonido. Los ámbitos del sector que requieren personal menos cualificado son los de multimedia, mantenimiento y reparación, instalación de redes o fabricación de hardware (Barcelona Treball). En general, todos los perfiles con formación en nuevas tecnologías y conocimientos informáticos y de funcionamiento de redes sociales.

En cuanto a las cualificaciones profesionales del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, que nos proporciona el perfil competencial técnico que debe poseer una persona que quiera emprender en ese nicho o área de negocio, es aquí donde menos asimilación de cualificaciones existen, lo que pone de manifiesto la necesidad de adecuación de nuevos puestos de trabajo surgido con la aparición de las nuevas tecnologías (**Tabla 29**).

8.4.2. Formación competencial

Los requerimientos competenciales que se demandan en estos perfiles profesionales son variados y dependen del ámbito de actividad en el que desarrollen sus funciones. No obstante, en general, las competencias más valoradas son la creatividad, tenacidad, resiliencia, flexibilidad, trabajo en equipo, capacidad de comunicación, gestión de proyectos, proactividad, autoconfianza y liderazgo.

Tabla 29. Competencias técnicas asociadas al sector TIC

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	ELECTRICIDAD Y ELECTRÓNICA / Montaje y mantenimiento de infraestructuras de telecomunicaciones en edificios
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	Montar y mantener instalaciones de telecomunicación de captación de señales de radiodifusión sonora y TV: antenas y vía cable, así como de telefonía y comunicación interior en edificios y conjuntos de edificaciones, aplicando las técnicas y los procedimientos requeridos en cada caso, consiguiendo los criterios de calidad, en condiciones de seguridad y cumpliendo la normativa vigente.
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC0121_2: Montar y mantener instalaciones de acceso al servicio de telefonía disponible al público e instalaciones de control de acceso (telefonía interior y videoportería). • UC0120_2: Montar y mantener instalaciones de captación de señales de radiodifusión sonora y TV en edificios o conjuntos de edificaciones (antenas y vía cable). 	
FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES /Montaje y reparación de sistemas microinformáticos / Mantenimiento de primer nivel en sistemas en radiocomunicaciones
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Montar, reparar y ampliar equipos y componentes que forman un sistema microinformático, verificar la ausencia de interferencias entre ellos y asegurar su funcionamiento, reaccionando ante averías hardware y software detectadas y aplicando procedimientos correctivos.</p> <p>Realizar los procesos de implementación de redes inalámbricas de área local y metropolitana, y efectuar la instalación del software, la configuración y puesta en servicio de los equipos de radiocomunicaciones de redes fijas y móviles, realizando el mantenimiento preventivo y la resolución de incidencias de primer nivel, siguiendo los procedimientos establecidos.</p>
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC0953_2: Montar equipos microinformáticos. • UC0219_2: Instalar y configurar el software base en sistemas microinformáticos. • UC0954_2: Reparar y ampliar equipamiento microinformático. • UC1210_2: Poner en servicio y mantener redes inalámbricas de área local y metropolitanas. • UC1211_2: Configurar y poner en servicio equipos de radiocomunicaciones de redes fijas y móviles. • UC1212_2: Mantener y resolver incidencias de primer nivel en sistemas de radiocomunicaciones de redes fijas y móviles. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES / Desarrollo de aplicaciones con tecnologías web / Confección y publicación de páginas web
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Desarrollar documentos y componentes software que constituyan aplicaciones informáticas en entornos distribuidos, utilizando tecnologías web, partiendo de un diseño técnico ya elaborado, realizando, además, la verificación, documentación e implantación de los mismos.</p> <p>Crear y publicar páginas web que integren textos, imágenes y otros elementos, utilizando lenguajes de marcas y editores apropiados, según especificaciones y condiciones de "usabilidad" dadas, y realizar los procedimientos de instalación y verificación de las mismas en el servidor correspondiente.</p>
<p>UNIDADES DE COMPETENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UC0491_3: Desarrollar elementos software en el entorno cliente. • UC0493_3: Implementar, verificar y documentar aplicaciones web en entornos Internet, intranet y extranet. • UC0492_3: Desarrollar elementos software en el entorno servidor. • UC0952_2: Publicar páginas web. • UC0950_2: Construir páginas web. • UC0951_2: Integrar componentes software en páginas web. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	INFORMÁTICA Y COMUNICACIONES / Seguridad informática / Administración de servicios de Internet
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Garantizar la seguridad de los accesos y usos de la información registrada en equipos informáticos, así como del propio sistema, protegiéndose de los posibles ataques, identificando vulnerabilidades y aplicando sistemas de cifrado a las comunicaciones que se realicen hacia el exterior y en el interior de la organización.</p> <p>Instalar, configurar, administrar y mantener servicios comunes de provisión e intercambio de información, utilizando los recursos de comunicaciones que ofrece Internet.</p>
<p>UNIDADES DE COMPETENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UC0488_3: Detectar y responder ante incidentes de seguridad. • UC0487_3: Auditar redes de comunicación y sistemas informáticos. • UC0489_3: Diseñar e implementar sistemas seguros de acceso y transmisión de datos. • UC0490_3: Gestionar servicios en el sistema informático. • UC0486_3: Asegurar equipos informáticos. • UC0496_3: Instalar, configurar y administrar servicios de mensajería electrónica. • UC0495_3: Instalar, configurar y administrar el software para gestionar un entorno web. • UC0497_3: Instalar, configurar y administrar servicios de transferencia de archivos y multimedia. 	

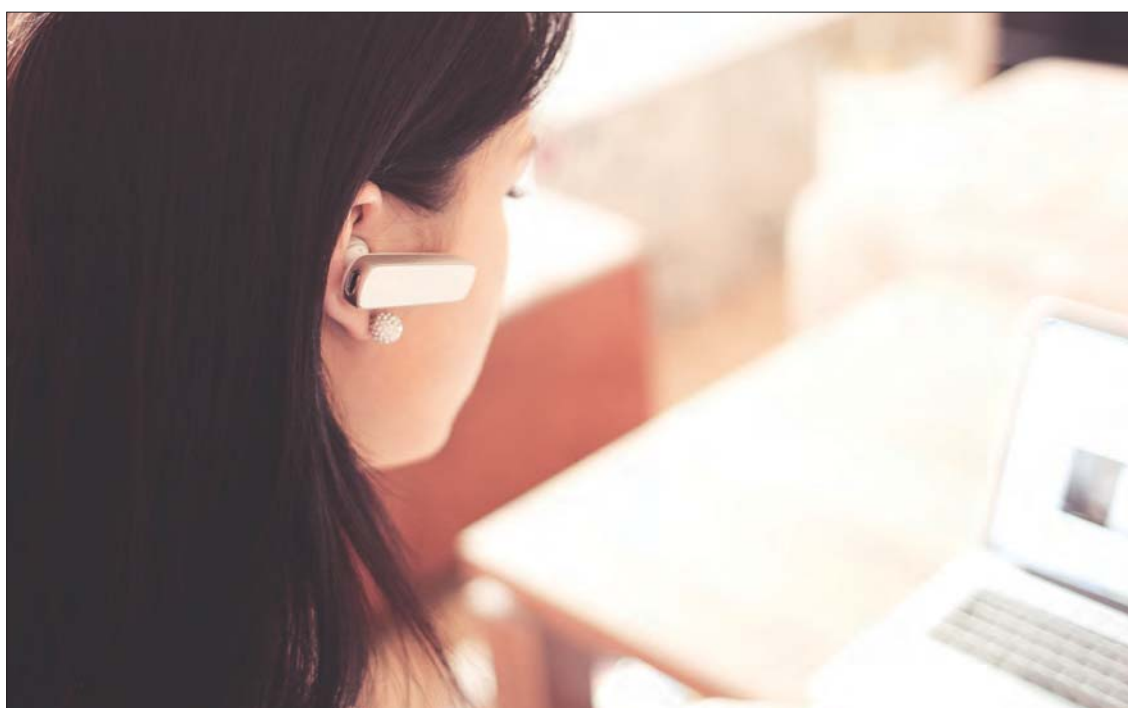
8.5. Obstáculos para el emprendimiento en el sector

Los principales obstáculos para emprender en el sector TIC y contenidos digitales son los siguientes:

- Competencia de las grandes marcas.
- Falta de confianza en las ideas desarrolladas por un emprendedor.
- Mala comunicación de la solución desarrollada.
- No accesibilidad de las TIC a toda la gente. Hoy en día es posible desarrollar aplicaciones y TIC de manera sencilla sin saber mucho, pero las TIC accesibles tienen ciertas limitaciones, porque para desarrollarlas más y para añadir valor se necesita más formación.
- Falta de visión asociativa.
- Escasa formación en determinadas áreas de negocio.

Como soluciones para salvar dichos obstáculos se proponen los siguientes:

- Las personas emprendedoras deberían elaborar más detalladamente los proyectos técnicos que presentan y comunicarlos mejor.
- Buscar el apoyo de entidades que apoyen a los emprendedores para conseguir la asesoría y los recursos necesarios para poner en marcha la idea.
- Desarrollar modelos colaborativos.
- Acceso a la formación en sectores específicos.
- Crear modelos de referencia y fomentar la creatividad.
- Desarrollar el papel del mentoring.
- Facilitar el acceso a todas las tecnologías y a Internet en todos los sectores de población. Se debe llegar a un acuerdo entre los diferentes agentes implicados, es decir, entre la Administración pública y las empresas privadas, para que la tecnología llegue a todos los rincones.



8.6. Perspectiva de género

El sector TIC y contenidos digitales emplea a más hombres que mujeres, debido a que hasta ahora han sido menos las mujeres que se formaban en titulaciones técnicas. Este hecho está cambiando en los últimos años.

El proceso de reestructuración de las plantillas que se ha llevado a cabo en el sector se ha centrado principalmente en las áreas de desarrollo de software, dirección, finanzas y comercial y marketing (ONTSI). En esta reestructuración, las mujeres siguen incrementando su presencia y participación en el sector, sobre todo en los cargos de mayor cualificación.

Por lo que se refiere a la actitud emprendedora, sí se constatan diferencias entre mujeres y hombres. Aunque ambos sexos podrían por igual poner en marcha negocios relacionados con las actividades mencionadas en este sector (y de hecho las mujeres tienen una gran ventaja a la hora de emprender, por su carácter colaborador y su sentido práctico), en la realidad el sector tecnológico es un sector con presencia mayoritaria de hombres, en el que las mujeres deben romper los estereotipos vigentes. Se debe realizar un ejercicio de ruptura de estereotipos, y demostrar que las mujeres son capaces de programar, de desarrollar aplicaciones... Se debe realizar una discriminación positiva hacia las mujeres, que tienen una buena formación y ya están dotadas de capacidades para emprender y para liderar. Suelen ser más pragmáticas, más abiertas más colaboradoras, y el sector TIC es, precisamente, un mundo colaborativo. En general tienen más cualidades, pero se deben romper ciertos prejuicios, porque todavía se sigue pensando en el informático, en el hacker. En los últimos años se ha avanzado hacia un tándem entre ambos sexos.



9 SECTOR TURISMO

9.1. Caracterización del sector

Definición del sector

El turismo ha sido seleccionado como otro de los sectores emergentes de emprendimiento con proyección presente y futura en España. Constituye uno de los sectores económicos de generación de empleo tradicionales en nuestro país y, en la actualidad, mantiene su relevancia en términos económicos y de empleo.

Pese a que se trata de un sector plenamente configurado, hay que señalar que tampoco es ajeno a debates respecto a las actividades comprendidas en él. El sector del turismo y la hostelería se estructura en tres grandes ámbitos de actividad: el alojamiento; la restauración; y la planificación, gestión y comercialización de ofertas y servicios turísticos. Pero también se trata de un sector dinamizador de otros muchos sectores económicos, como, por ejemplo, el cultural, el del ocio y el de los transportes terrestre y aéreo. Tanto que no es extraño encontrar informes y análisis que engloban este tipo de actividades en una concepción del turismo como "macrosector".

En este informe para el análisis del sector del turismo se ha considerado el conjunto de actividades de la CNAE 2009 relativas al transporte, alojamientos turísticos, actividades de restauración y de las agencias de viajes y operadores, así como el resto de actividades de ocio y recreo, en una concepción amplia del sector y en línea con lo que TurEspaña define³⁰ (Tabla 30 y Figura 15).

Tabla 30. Actividades de turismo en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas	
Cód. CNAE	Actividades de turismo
491	Transporte interurbano de pasajeros por ferrocarril
493	Otro transporte terrestre de pasajeros
501	Transporte marítimo de pasajeros
503	Transporte de pasajeros por vías navegables interiores
551	Hoteles y alojamientos similares
552	Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia
553	Campings y aparcamientos para caravanas
559	Otros alojamientos
561	Restaurantes y puestos de comidas
562	Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas
563	Establecimientos de bebidas
791	Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos
799	Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos
900	Actividades de creación, artísticas y espectáculos
910	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales
931	Actividades deportivas
932	Actividades recreativas y de entretenimiento

³⁰ Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Instituto de Turismo de España. Subdirección General de conocimiento y estudios turísticos. "Empleo en el sector turístico: Informe anual 2013",.



TURISMO

Alojamientos
Restauración
Gestión y comercialización
Servicios turísticos

Figura 15. Definición del sector turismo: subsectores económicos que lo integran

Importancia estratégica del sector en la economía española

El sector del turismo es uno de los principales motores de la economía española. Según la Cuenta Satélite del Turismo de España³¹, realizada por el Instituto Nacional de Estadística, el turismo supuso el 10,9% del PIB total de España en el año 2012 (último dato publicado por el INE, 2013). El turismo ha venido experimentando un crecimiento gradual desde entonces, y el indicador de PIB turístico de Exceltur muestra un aumento anual del 3,5% en el primer trimestre de 2015, lo que supone que el turismo lleva seis trimestres consecutivos con aumentos próximos o superiores al 3,0% (Exceltur, 2015).

Comunidad Autónoma	PESO DEL SECTOR TURISMO			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR TURISMO		
	% de personas ocupadas en el sector TURISMO respecto al total de personas ocupadas			% de personas ocupadas por cuenta propia en el sector TURISMO respecto al total de personas ocupadas en dicho sector		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Andalucía	12,1%	12,0%	12,1%	27,1%	13,5%	21,3%
Aragón	9,1%	10,2%	9,6%	44,0%	29,5%	37,1%
Asturias (Principado de)	10,3%	9,1%	9,7%	34,9%	23,2%	29,7%
Baleares (Islas)	24,6%	24,2%	24,4%	13,5%	11,2%	12,4%
Canarias	22,1%	24,0%	23,0%	16,2%	11,4%	13,9%
Cantabria	9,6%	13,3%	11,3%	29,3%	17,2%	22,7%
Castilla-León	8,8%	11,9%	10,2%	40,0%	19,2%	29,2%
Castilla-La Mancha	8,1%	9,3%	8,6%	26,4%	25,7%	26,1%
Cataluña	12,2%	11,0%	11,7%	26,9%	16,6%	22,3%
Comunidad Valenciana	12,1%	12,3%	12,2%	30,4%	17,2%	24,4%
Extremadura	7,5%	10,5%	8,7%	39,2%	16,8%	28,0%
Galicia	9,4%	11,3%	10,3%	34,5%	22,0%	28,0%
Madrid (Comunidad de)	12,1%	8,5%	10,4%	19,6%	15,5%	18,0%
Murcia (Región de)	8,3%	11,9%	9,8%	33,3%	17,2%	25,1%
Navarra (Comunidad Foral de)	8,0%	12,4%	10,0%	33,3%	14,9%	23,0%
País Vasco	8,5%	11,0%	9,7%	26,5%	14,0%	19,8%
Rioja (La)	6,3%	10,1%	8,0%	36,1%	12,4%	22,8%
Total	11,7%	11,8%	11,8%	26,4%	16,3%	21,8%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 31. Distribución territorial del empleo del sector turismo por comunidades autónomas. Datos del segundo trimestre de 2014

³¹ La Cuenta Satélite del Turismo de España (CSTE) es un sistema de información económica relacionada con el turismo, diseñada como satélite del sistema principal de cuentas nacionales, que permite medir el impacto del turismo sobre la economía nacional. La CSTE es elaborada por la Subdirección General de Cuentas Nacionales del Instituto Nacional de Estadística (INE).

PESO DEL SECTOR TURISMO			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR TURISMO		
% de personas ocupadas jóvenes en el sector TURISMO respecto al total de personas ocupadas			% de personas ocupadas jóvenes por cuenta propia en el sector TURISMO respecto al total de personas ocupadas en dicho sector		
Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
15,4%	15,0%	15,2%	15,2%	8,6%	12,1%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 32. El empleo juvenil (menores de 35 años) del sector turismo. Datos de segundo trimestre de 2014.

Partiendo de la definición del sector turismo expuesta con anterioridad, y en la que se considera un sector amplio, los datos que se desprenden del análisis de la EPA relativa al segundo trimestre de 2014 reflejan claramente la preponderancia estratégica de estas actividades en términos de empleo en la economía española. Este sector absorbe el 11,8% del total del empleo, esto es, casi 2,1 millones de personas ocupadas. Una mirada desde la perspectiva de género muestra un sector en el que mujeres y hombres presentan una distribución igualitaria (Tabla 31).

Por lo que respecta a la distribución territorial del empleo por comunidades autónomas, cabe señalar que el peso del empleo turístico es especialmente importante en territorio insular, tanto Baleares (23,0%) como Canarias (24,4%) y, en menor medida, Comunidad Valenciana (12,2%) y Andalucía (12,1%). Son regiones en las que el turismo es un sector clave de la economía y fuente de empleo.

Asimismo, y teniendo en cuenta la idea concebida en esta investigación de que la generación de empleo puede ser tanto por cuenta propia como por cuenta ajena, el análisis de esta distinción en el ámbito turístico revela una marcada tendencia hacia el trabajo por cuenta propia. En concreto, el 21,8% de las personas ocupadas en dicho sector lo hace por cuenta propia, lo que representa cinco puntos por encima de la media española de toda la economía (16,7%)³². Siguiendo la estructura general, si bien son los hombres (26,4%, frente al 16,3% de las mujeres) quienes más se deciden a instalar su propio negocio o a ser autónomos, las mujeres resultan ser más emprendedoras (35,2%) que los hombres (34,2%).

Desde la perspectiva territorial, el empleo por cuenta propia en este sector es especialmente pronunciado en el caso de Aragón (37,1%), Asturias (29,7%) y Castilla y León (29,2%). En estas regiones el porcentaje de personas ocupadas por cuenta propia en relación con el total de personas ocupadas en el sector turístico es superior a la media (21,8%) y, por tanto, es esperable que haya oportunidades de emprendimiento.

Por su parte, si se enfoca el análisis entre los menores de 35 años, es de hacer notar que el turismo aporta el 15,2% del total de empleo joven, un porcentaje superior en algo más de tres puntos porcentuales al señalado con anterioridad para el empleo del sector turístico (11,8%). Siguiendo la estructura general, las mujeres y los hombres jóvenes comparten en igual medida el empleo en el sector, de forma que el 15,4% de los varones ocupados pertenecen a este sector, y en el caso de las mujeres esta cifra se sitúa en el 15,0% (Tabla 32).

Como se viene constatando en otros sectores, la iniciativa por cuenta propia de los jóvenes que trabajan en el sector turístico es menor que entre la población general, (12,1%, frente al 21,8% general). Por sexo, ellos (15,2%) trabajan más por cuenta propia que ellas (8,6%), a pesar de que, como se ha señalado, el turismo, desde el punto de vista del empleo, es un sector bastante neutral en términos de género (Tabla 8).

³² Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE correspondientes al segundo trimestre de 2014.

El sector del turismo está formado por una gran variedad de actividades, y todas ellas tienen importancia para la economía española. Los servicios de alojamiento incluyen todas las infraestructuras donde los turistas pueden alojarse por un tiempo determinado. Hay una gran variedad de alojamientos, como hoteles, pensiones, hostales, casas rurales, balnearios, *campings*, albergues, refugios de montaña o apartamentos turísticos, entre otros (Barcelona Treball, 2013). Según la EPA, los servicios de alojamiento representan el 13,1% del total de ocupados en turismo (IET, 2015).

El subsector más importante del turismo es la restauración. Está constituido por las actividades de provisión de la comida y bebida, y hay una gran variedad de lugares que pueden ser clasificados como restauración: cafeterías, bares, restaurantes, casinos, parques temáticos, servicios de *catering*, etc. (Barcelona Treball, 2013). Es la actividad turística con mayor número de ocupados (50,9% del total), y con el mayor número de empresas (IET, 2015).

La planificación, la gestión y la comercialización de ofertas y servicios turísticos incluyen los servicios turísticos que son organizados por terceros, como las agencias de viaje, los mayoristas y touroperadores, entre otros. Su papel es principalmente de promocionar, organizar y comercializar productos turísticos, como, por ejemplo, paquetes de vacaciones (Barcelona Treball,

Características económicas			
Valor añadido sobre PIB	10,9%	Volumen de ocupación sobre el total	13,2%
Morfología empresarial	Pequeñas y medianas empresas, sobre todo en restauración. Grandes empresas líderes de cadenas hoteleras.		
Grado de dependencia AAPP	Bajo	Grado de innovación	Medio
Evolución del sector			
Económica	Positiva	Empleo	Positiva
Impacto de la crisis	Impacto negativo tanto en el turismo residente como en el turismo receptor, con buenas perspectivas y récord máximos de turistas debido a las previsiones de recuperación económica y a la inestabilidad política en otros destinos alternativos.		
Características de empleo			
Características empleo generado	Empleo temporal Elevada estacionalidad Gran rotación laboral	Contratación temporal con salarios por debajo de la media.	
Perfiles profesionales demandados	Perfiles profesionales con titulaciones medias y superiores. Se requiere una formación de base, pero complementada con una formación en idiomas y en nuevas tecnologías. Los más demandados son los más tradicionales, como cocinero o guía turístico, hasta otros de más reciente creación, como el técnico de calidad turística. Los servicios de comida y bebida, que corresponden al ámbito de actividad de la restauración, son los que concentran un mayor número de personas ocupadas.		
Titulaciones especializadas	Grado en turismo. Grado en Historia, idiomas. CFGM/CFGS turismo, hostelería, comercio, gestión y administración.		
Titulaciones no especializadas	Grado en turismo. Grado en Historia, idiomas. CFGM/CFGS turismo, hostelería, comercio, gestión y administración.		
Conocimientos complementarios	Idiomas (preferentemente inglés), trato con el cliente, conocimientos de mercado.		

Tabla 33. Datos económicos del sector turismo y de su peso en el conjunto de la economía española

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos.

2013). El subsector de planificación, gestión y comercialización de ofertas y servicios turísticos representa un 23,4% del total de ocupados en turismo (IET, 2015).

El tejido empresarial del sector turismo se compone principalmente de empresas de pymes, y hay un número menor de empresas de gran tamaño. La mayoría de las empresas del sector tienen entre 2 y 50 trabajadores asalariados (IET, 2015) (**Tabla 33**).

9.2. Situación del sector y perspectivas de futuro

La situación actual del sector

España recibió a cerca de 65 millones de turistas extranjeros en el año 2014, lo que supuso un incremento del 7,1% respecto a los niveles de 2013, con un gasto turístico de 63.094 millones de euros (Exceltur, 2015). La mayoría de los turistas eran europeos: un gran parte del Reino Unido (23% del total), Francia (16,3%), Alemania (16%) e Italia (5,7%) (IET, 2015). El motivo principal de las viajes a España es el ocio (86,5% del total), con un 6,6% del total por trabajo y el resto (7%) por razones personales, familiares, de salud, compras, etc. (IET, 2015). España posee una infraestructura turística de calidad, a la vez que un tejido empresarial líder a nivel mundial (Banca March, 2012), y es particularmente popular por el turismo tradicional de sol y playa, pero también por su patrimonio cultural, natural y gastronómico.

Perspectivas generales y expectativas de crecimiento para el sector

Las perspectivas de crecimiento futuro son optimistas. Según un informe de la Banca March, el turismo tiene una infraestructura turística de calidad y un destacado tejido empresarial que puede competir con otros destinos turísticos populares mundiales. (Banca March, 2012). Según otro informe, en este caso de Deloitte, las previsiones de crecimiento del PIB en varios países europeos durante 2015 y los próximos años tendrán como consecuencia un aumento de viajeros, pernoctaciones y también del grado de ocupación en España. En los próximos años va a ser el turismo extranjero la principal fuente del sector, debido a la reciente diversificación de mercados de origen de los turistas. Por ejemplo, el crecimiento de países emergentes tiene un alto potencial como fuente de turistas (AFI, 2013).



La aparición de fenómenos como el *low cost*, la expansión de Internet y del uso de los *smartphones*, las redes sociales y diferentes aplicaciones tecnológicas para planificar las vacaciones y los viajes ocasionales, y para comercializar, difundir y fidelizar clientes, el incremento sostenido de los cruceros, la diversificación y la internacionalización del turismo y el desarrollo de políticas de sostenibilidad marcarán la evolución del sector.

Tendencias

El sector se enfrenta a una nueva cultura de consumo de viajes en la que se analizan con detalle la reputación de empresas y destinos, se comparan precios, características y servicios, etc. Por ello es importante revisar continuamente las tendencias de la demanda y la oferta, con el fin de monitorizar hacia dónde van empresas, destinos y viajeros. A continuación se comentan algunas de las nuevas tendencias del sector del turismo, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda de los consumidores.

Por el lado de la oferta, las tendencias apuntan a:

Binomio evolución tecnológica-turismo

Internet y las nuevas aplicaciones on-line han impulsado nuevas tendencias de consumo. Las nuevas tecnologías han creado un nuevo tipo de viajero, el pasajero digital, que es pionero en la adopción de nuevas tecnologías y viaja hasta con tres distintos dispositivos. El lema “estar siempre conectado” forma parte del viaje.

Internet y las nuevas tecnologías facilitan el acceso a un mayor número de productos turísticos, y permiten conocer y comparar ofertas en tiempo real. Internet facilita la personalización de la oferta turística en función de los gustos y necesidades de los demandantes. La comercialización de productos turísticos ha aumentado a medida que lo ha hecho el uso de Internet. Sin embargo, no ha sustituido a los servicios de planificación, gestión y comercialización turísticos tradicionales, como son las agencias de viajes, ya que ellas siguen acaparando la mayor parte de las ventas de los productos turísticos (además, muchas han creado sus propios portales).

Las nuevas tecnologías están favoreciendo una mayor exigencia de los consumidores, que no sólo usan Internet para buscar de forma rápida y funcional la mejor calidad-precio en los productos que contratan, sino que aprovechan para conocer las opiniones de las personas que los han consumido, que se publican en las plataformas y las comunidades 2.0. Internet funciona como una herramienta para mantener la calidad de los servicios turísticos. Según el informe de la *Banca March*, la mayoría de los viajeros usan redes sociales, y los portales evaluadores tienen preeminencia en las búsquedas sobre los sitios web de hoteles (*Banca March*, 2012). Por ello las empresas del sector usan las redes sociales para mantener su reputación, así como promocionarse a clientes potenciales (Barcelona Treball, 2013).

También conviene recordar el papel que juega la tecnología 4G, que permite el acceso a la red a través del móvil para buscar productos turísticos en cualquier lugar y momento. Las grandes compañías ya han desarrollado (o están en vías de hacerlo) aplicaciones de sus sistemas de



reserva compatibles con estos dispositivos móviles, así como aplicaciones en las que el viajero puede hacer el check-in del hotel e, incluso, obtener el acceso a la habitación con un registro desde su terminal (Barcelona Treball 2013).

La innovación en tecnologías del sector turístico ha permitido desarrollar determinadas herramientas o aplicaciones como el autobooking, el guest management system, la “gamificación” (estrategia de marketing que permite fidelizar al cliente con estancias gratuitas en un establecimiento hotelero, con la asignación de una habitación de categoría superior a la contratada o con el regalo de servicios adicionales a los contratados); la realidad aumentada; la geolocalización y el blog trips (BarcelonaTreball, 2013).

Binomio redes sociales-millennials

La oferta de productos y servicios susceptibles de ser compartidos en Internet, para mostrar a amigos y conocidos dónde están y qué están haciendo, es una táctica de marketing cada vez más extendida, sobre todo en los hoteles. Es lo más novedoso en tendencias de consumo, y curiosamente está favoreciendo la vuelta a la agencia de viajes tradicional, según se está reflejando ya en el mercado norteamericano. Los millennials, los consumidores jóvenes, quieren contar con el consejo de un experto profesional.

Paquetes dinámicos

Las agencias de viaje y los tour operadores empiezan a ofrecer paquetes turísticos personalizados, donde los clientes pueden elaborar qué servicios quieren añadir a sus viajes. Los paquetes dinámicos son aquellos en los que el cliente va agregando productos y servicios para acabar configurando un solo producto con un único precio. La flexibilidad y las facilidades de reserva, tanto on-line como presencial, de los paquetes dinámicos (o dynamic packaging) han hecho que los operadores estén apostando por ese producto. Para ello, las herramientas tecnológicas son fundamentales. Los paquetes tradicionales que ofrecen sólo avión o reserva hotelera no son tan rentables como los que dan la opción de ajustar preferencias de servicios, duración y destinos (Hosteltur, 2015).

Cruceros

El subsector turístico de los cruceros ha experimentado un crecimiento reciente, según la Asociación Internacional de Líneas de Crucero. Durante el año 2015 habrá un registro 23 millones de cruceros a nivel mundial, lo que supone un incremento del 4% respecto a 2014 (Hosteltur, 2015).



Europa es un destino particularmente atractivo para las líneas de cruceros. Hay una adaptación a los turistas mayores, su precio es atractivo, tiene un bajo punto de partida y los puertos y ciudades son dinámicos. En Europa, hay tasas anuales de crecimiento cercanas al 10% (Banca March, 2012). Según un informe realizado por Barcelona Treball, el puerto de Barcelona es el primero en cruceros de Europa y todo el Mediterráneo, y también es la cuarta ciudad en cruceros a nivel mundial (los otros son todos de la zona del Caribe), con 900 escalas y 2,5 millones de pasajeros en 2011 (Barcelona Treball, 2013).

Mejor experiencia de vuelo al pasajero

Las aerolíneas están invirtiendo para colocar en manos del cliente el control sobre su vuelo, con el desarrollo de aplicaciones y herramientas que le permiten el check-in y la emisión de la tarjeta de embarque, el etiquetaje de las maletas, cambio de billete (upgrades, cancelación, reubicación de reservas o canje de millas a través de su página web), recibir notificaciones sobre los vuelos en tiempo real a través de dispositivos móviles, etc. A estas herramientas seguirán los avances en los sistemas de autoentrega de equipaje sin asistencia del personal y puertas de embarque automatizadas.

Por el lado los consumidores, la demanda se dirige hacia:

Turismo de experiencias

El turismo de emociones y experiencias tanto en los hoteles como fuera de ellos (excursiones, actividades...) está en auge. "El nuevo perfil de consumidor busca integrar emociones y experiencias al mismo tiempo que satisface sus necesidades." El viajero de este tipo de turismo demanda creatividad; es decir, que quiere realizar una actividad que le permita conocer la cultura de su destino en un sentido amplio, disfrutando al máximo de sus posibilidades.

Turismo de aventura

Las actividades hard y soft se están ampliando a nuevas capas de la sociedad. El turismo de aventura se ha convertido en un negocio cada vez más global, y es uno de los segmentos que más ha crecido en los últimos años. Pero este rápido crecimiento representa a la vez una oportunidad y un peligro, según las propias fuentes del sector.

El turismo sostenible

En los últimos años ha habido un aumento de la concienciación ambiental en todos los sectores de la economía. En cuanto al turismo, el gran número de viajeros que llegan a España cada año genera un gran volumen de negocios, pero también muchos efectos negativos para el medio ambiente. Los turistas valoran cada vez más la sostenibilidad como criterio para la elección de un destino (Hosteltur, 2015). Por lo tanto, el desarrollo de estrategias turísticas que se centren





en la sostenibilidad es cada vez más importante. Las empresas e instituciones turísticas reconocen y apuestan cada vez más por los beneficios sociales y económicos de buenas prácticas en turismo sostenible. La promoción del turismo sostenible es fundamental para España.

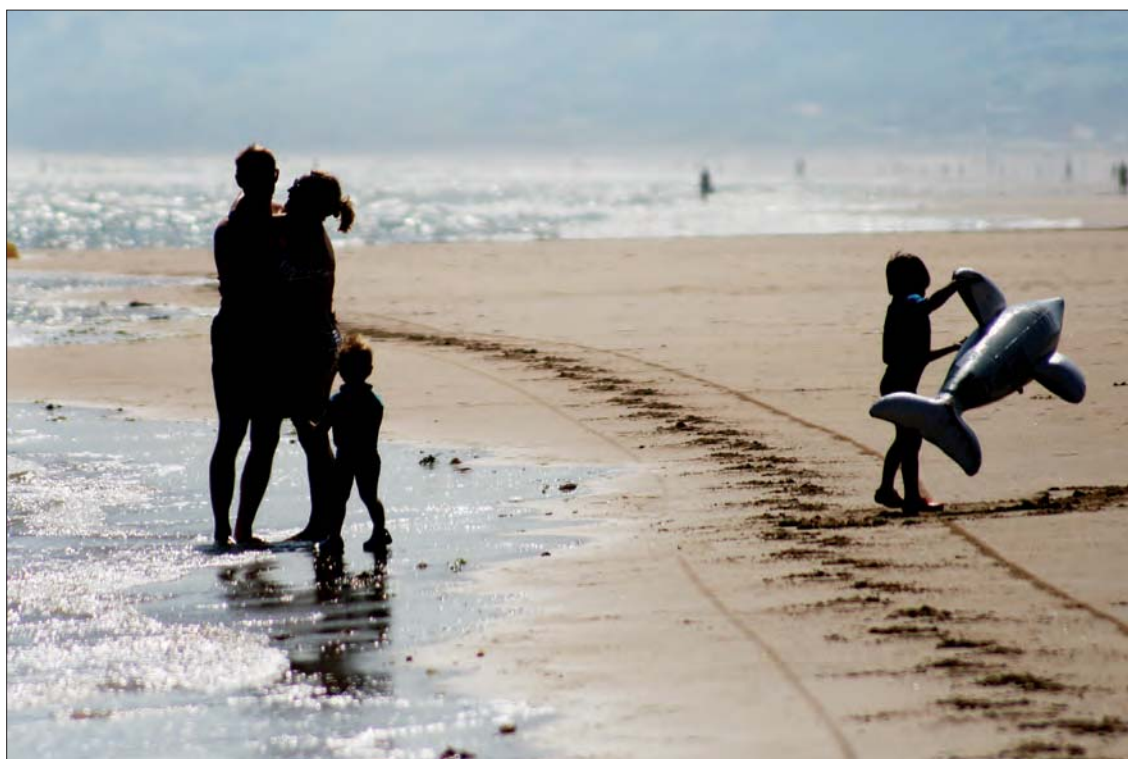
Las administraciones públicas contemplan el turismo sostenible como una prioridad estratégica. De hecho, el Plan 2020 del Turismo Español (documento estratégico acordado por el sector para la próxima década) insiste en la necesidad de desarrollar un modelo sostenible mediante la correcta planificación de los nuevos productos turísticos y la corrección de los existentes, especialmente de algunos destinos denominados “maduros”, asociados al turismo de sol y playa. Este plan tiene previsto, entre otras líneas de actuación, la creación de un Observatorio de Turismo y Sostenibilidad para evaluar el impacto de la actividad turística sobre la economía, el medio ambiente y la sociedad.

En las últimas conferencias mundiales sobre cambio climático y turismo (Cancún 2010 y Davos 2011) se enfatizó la necesidad de reducir la impacto ambiental de actividades como el transporte y el alojamiento, así como educar a más personas sobre el problema (Barcelona Treball, 2013). El objetivo mundial de “crecimiento verde” para 2050 es aumentar la movilidad, los destinos y los estilos de vida sostenibles (Banca March, 2012).

Turismo de salud y médico

El crecimiento de turismo no es sólo por motivos puramente vacacionales. Cada vez más los viajeros buscan otros servicios, aparte del propio destino, como ocurre con el turismo de salud. Por turismo de salud se entiende el viaje que una persona realiza para recibir servicios de salud o tratamiento médico en otros países, incluyendo el turismo de bienestar o wellness, que trate del mejoramiento en busca de un mejor equilibrio físico y psíquico (EOI, 2013). El sector de la sanidad privada ha crecido de manera importante en los últimos años, y tiene muchas ventajas y beneficios para sus usuarios, por lo que España podría convertirse en una potencia internacional del turismo de salud (EOI, 2013).

Según Global Industry Analysts, el turismo médico movió 70.000 millones de euros a nivel mundial en 2012. En cuanto al crecimiento del sector, se estima que alcanzará los 128.000 millones de euros en 2015. En el caso de Europa, el turismo sanitario moviliza a casi 9 millones de europeos al año, la mayoría de los cuales se desplazan dentro de sus propios países. En España, el número de turistas por motivos de salud continúa creciendo (EOI, 2013).



Debilidades y amenazas del sector

- Poca inversión en innovación: pese a los avances de los últimos años, existe una reducida inversión en innovación respecto al peso específico que tiene el sector turístico en la economía.
- Falta de profesionales cualificados con conocimientos técnicos específicos.
- Falta de calidad en el empleo, con gran temporalidad y elevada rotación laboral.
- El sector está formado por un número elevado de empresas familiares que tienen ciertas dificultades para adaptarse y enfrentarse a los cambios sociales y tecnológicos que experimenta el sector.
- Elevada competencia internacional en un mercado globalizado.
- Tipo de cambio del euro frente a las monedas de otros países competidores.
- Falta de inversión en la remodelación de la oferta hotelera y en la adaptación a las nuevas demandas. Necesidad de renovar determinadas infraestructuras turísticas, de aplicar planes directores de urbanismo y de gestión y ordenación del paisaje.
- Alta concentración de la demanda en pocos países (Alemania, Reino Unido y Francia), aunque con una creciente diversificación.

Elevado peso del turismo de sol y playa, con destinos maduros con atributos fácilmente replicables por otros destinos, lo que focaliza la competencia en la variable "precio".

- Falta de sostenibilidad de algunos destinos turísticos.
- Falta de planificación y de conciencia ambiental del sector, lo que condiciona la implantación progresiva de medidas destinadas a reducir su impacto sobre el medio.
- Políticas poco propicias para facilitar un crecimiento ordenado del sector.

- Multiplicidad de legislaciones.
- Cierre de fronteras.
- Crisis económicas en los países emergentes o a nivel global.

Fortalezas y oportunidades del sector

- La mejora de las previsiones económicas en España y en otros mercados emisores de turistas.
- Existencia de operadores con gran experiencia en la industria turística y con capacidad competitiva, que son percibidos como líderes tanto por el consumidor como por el mercado, siendo compañías de referencia en el mundo. Por tanto, madurez de la industria y transformación desde el liderazgo.
- Las empresas del sector tienen planes de trabajo con proyectos de innovación y reinversión de los productos, especialización de activos e inversión en tecnología.
- Intereses bancarios bajos, que facilitan la inversión.
- Alta competitividad respecto a otros destinos.
- Existencia de una base sólida de clientes.
- Sector y apuesta estratégica a nivel nacional.
- Existencia de un Plan del Turismo Español Horizonte 2020, que pretende lograr en ese horizonte que el sistema turístico español sea el más competitivo y sostenible, aportando el máximo bienestar social. Este plan establece un marco estratégico de trabajo a largo plazo para afrontar con éxito los retos del sistema turístico español.
- Las tendencias sociodemográficas: 1) envejecimiento progresivo de la población, más notable en los países europeos (donde el 34% de los ciudadanos tendrá en 2020 más de 55 años, frente al 28% actual); y 2) fuerte crecimiento demográfico y económico en países como Brasil, Rusia, India y China.
- Aumentar la formación a lo largo de la vida de los profesionales es esencial para mantener al personal actualizado y capaz de adaptarse a nuevos contextos.
- Liderazgo en patrimonio cultural y natural, que permite enriquecer la oferta tradicional de sol y playa y/o desarrollar nuevos segmentos.
- Excelente conectividad gracias a una buena red de transporte aéreo y terrestre.
- Alto nivel de seguridad ciudadana y servicios públicos de calidad.) N° 437 16
- Alta notoriedad de la marca turística de España.



- Crecimiento de nuevos segmentos o productos turísticos (cultural, de bienestar, enogastronómico, de negocios y convenciones, etc.), con un patrón menos estacional que el turismo de sol y playa.
- Diversidad de la demanda.
- Uso de nuevas tecnologías tanto en la comercialización (distribución, fidelización, marketing) como en la gestión (de procesos, seguridad, domótica, sostenibilidad y eficiencia energética). La tecnología pone sus ventajas al servicio del sector del turismo: facilita los trámites de compra de servicios (reservas, billetes...), proporciona información de interés turístico, permite la comercialización de productos y servicios turísticos y la difusión y promoción de los destinos, etc. La tecnificación del sector genera un alud constante de novedades para las empresas y los consumidores.
- El aumento de organismos que promueven la adopción de sellos de calidad permite garantizar el cumplimiento de ciertos requisitos básicos por parte de las empresas turísticas.
- Otros hechos de orden social, como el fraccionamiento de las vacaciones, tanto en España como en el resto de países europeos, posibilita que el consumo turístico se realice durante todo el año, y no únicamente durante el periodo estival, lo que proporciona nuevas oportunidades para comercializar productos turísticos. De hecho, la desestacionalización es una de las apuestas del Plan Horizonte 2020 en su esfuerzo por renovar los destinos de sol y playa.

9.3. Los nichos de negocio en el sector turismo para jóvenes en riesgo de exclusión

Partiendo de un análisis previo, que ha sido refrendado posteriormente por las entidades y empresas entrevistadas en el marco de este estudio, se han identificado como posibles actividades emergentes para jóvenes en riesgo de exclusión social los nichos de negocio de la **Tabla 34**.



Clases de turismo con mayor potencial de crecimiento	
Turismo deportivo Ecoturismo Agroturismo Turismo de la tercera edad Turismo temático (por ejemplo, organización de viajes en torno al agua, parques naturales, un determinado tipo de arte...) Turismo de lujo Turismo idiomático Turismo urbano Turismo sanitario o de salud Turismo de negocios Turismo gastronómico Turismo cultural Turismo rural Turismo activo y de aventura Turismo arquitectónico	
Ámbito	Área de negocio
Restauración	Servicios a domicilio y <i>catering</i>
	Establecimientos de comida para llevar
	Comida callejera
	Comida creativa
	Otros servicios de restauración
Gestión y comercialización	Desarrollo de actividades de comercialización
	Plataformas de turismo por Internet para consulta, intercambio información, estrategias comerciales
	Aplicaciones para reservas, <i>check-in</i> hoteles y otros servicios para clientes
	Aplicaciones para diversificar actividades adaptadas a los diferentes segmentos del mercado turístico
	Aplicaciones para buscar nuevos canales de comercialización, comunicación y marketing
	Plataformas de posviaje
	Renovación de instalaciones con medidas de sostenibilidad (eficiencia energética, menor consumo de agua)
	Estrategias de marketing (promoción de la marca y de determinados sellos de calidad y sostenibilidad)
	Diseño de instalaciones
	Certificados de turismo responsable
	Estrategias de <i>marketing</i> (promoción de la marca y de determinados sellos de calidad y sostenibilidad)
	<i>Software</i> de realidad aumentada
	Geolocalización
	Blogs de contenidos turísticos
Desarrollo urbanístico	Gestión y ordenación del paisaje
Actividades	Viajes personalizados
	Red <i>peer-to-peer</i> (P2P)
	Servicios de guía (turismo de nicho)
	Organización de actividades asociadas a los diversos tipos de turismo

Tabla 34. Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector del turismo para jóvenes en riesgo de exclusión

Fuente: Elaboración propia.

9.4. Formación y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector del turismo

9.4.1. Formación técnica

En cuanto a los **perfiles profesionales**, cabe señalar que los de **mayor cualificación** disponen de la titulación de grado en Turismo o de algún ciclo formativo de grado superior de la rama del turismo y la hostelería (por ejemplo, de guía, información y asistencia turísticas; de gestión de alojamientos turísticos; de información y comercialización turísticas, etc.).

Además, estos perfiles en muchas ocasiones trabajan en puestos con responsabilidad y realizan tareas de gestión, con lo cual es conveniente que dispongan de alguna formación adicional, como un máster en dirección y administración hotelera. Por otra parte, la tendencia a la especialización en el sector del turismo y la hostelería está dando lugar a una fuerte demanda de profesionales con tareas muy específicas; por lo tanto, una vez realizada la formación de base es conveniente llevar a cabo cursos de especialización que certifiquen conocimientos específicos en un ámbito concreto (por ejemplo, cursos de turismo sostenible, de turismo cultural, rural o termal, etc.).

Hay que destacar que los profesionales del turismo deben disponer de formación relacionada con la aplicación de nuevas tecnologías aplicadas a la gestión, conocimientos avanzados de *marketing* y de calidad turística, y disponer de un nivel alto en alguna lengua extranjera, principalmente inglés. Por ejemplo, la profesión de *community manager* puede tener muchas salidas (mercadotecnia, publicidad on-line, documentación...). Esta profesión puede ayudar a que los pequeños negocios den el salto a lo digital.

El perfil formativo de los **profesionales de menor cualificación** se corresponde con formación de grado medio, formación profesional o certificados de cualificación de técnico medio en cocina y gastronomía; técnico medio en servicios de restauración; técnico de operaciones básicas de cocina, de restaurante-bar, de operaciones en pisos de alojamiento o de operaciones básicas de catering; técnico en gestión de alojamientos turísticos; agente turístico; dinamizador turístico; técnico de repostería; técnico de promoción turística local, etc.

Es imprescindible tener al menos nociones básicas de lengua inglesa; por lo tanto, es conveniente realizar algún curso de inglés aplicado al turismo que acredite el conocimiento de un vocabulario específico. Finalmente, también es indispensable manejar herramientas informáticas a nivel de usuario básico, como mínimo de Internet y navegación y de procesamiento de textos (**Tabla 35**).

9.4.2. Formación competencial

Por el lado del **perfil competencial**, hay que destacar que los requerimientos que se demandan a estos perfiles profesionales son variados y dependen del ámbito de actividad en el que desarrollan sus funciones. Los profesionales del sector, además de tener los conocimientos necesarios para ejercer una ocupación, deben tener desarrolladas competencias relacionadas con el trato a las personas. Así, para un profesional del turismo y la hostelería, es imprescindible tener competencias como la orientación al cliente, el buen trato, la empatía y la capacidad de comunicación. También es muy conveniente tener competencias desarrolladas como trabajo en equipo, autoconfianza, capacidad de liderazgo y de negociación, además de capacidad para adaptarse a los cambios.

Tabla 35. Competencias técnicas asociadas al sector turismo

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	HOSTELERÍA Y TURISMO / Alojamiento rural ACTIVIDADES FÍSICAS Y DEPORTIVAS / Guía por itinerarios de baja y media montaña / Guía por itinerarios en bicicleta
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Gestionar y comercializar alojamientos rurales, de modo que se consigan los objetivos económicos y de calidad establecidos, se presten los servicios básicos de alojamiento, restauración e información y se asegure el buen estado de las instalaciones, respetando las normas y prácticas de seguridad e higiene y de protección ambiental.</p> <p>Determinar itinerarios y guiar usuarios por terreno de baja y media montaña que no requieran técnicas ni materiales de escalada, alpinismo o esquí, en condiciones de seguridad y respeto al medio ambiente, adaptándose a los usuarios, consiguiendo su satisfacción, la calidad del servicio y dentro de los límites de coste previstos.</p> <p>Determinar itinerarios y guiar a usuarios en bicicleta por terrenos variados hasta media montaña en condiciones de seguridad y respeto al medio ambiente, adaptándose a los usuarios, consiguiendo su satisfacción, la calidad del servicio y dentro de los límites de coste previstos-</p>
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC0711_2: Actuar bajo normas de seguridad, higiene y protección ambiental en hostelería. • UC1043_2: Gestionar y realizar el servicio de recepción en alojamientos propios de entornos rurales y/o naturales. • UC1045_2: Asegurar el mantenimiento y condiciones de uso de espacios, instalaciones y dotación en alojamientos rurales. • UC1044_2: Preparar y servir desayunos, elaboraciones culinarias sencillas y platos significativos de la zona. • UC1042_2: Gestionar y comercializar servicios propios del alojamiento rural. • UC0505_2: Determinar y organizar itinerarios por baja y media montaña. • UC0272_2: Asistir como primer interviniente en caso de accidente o situación de emergencia. • UC0507_2: Guiar y dinamizar a personas por itinerarios de baja y media montaña y terreno nevado de tipo nórdico. • UC0506_2: Progresar con eficacia y seguridad por terreno de baja y media montaña y terreno nevado de tipo nórdico. • UC0353_2: Determinar y organizar itinerarios en bicicleta por terrenos variados hasta media montaña. • UC0272_2: Asistir como primer interviniente en caso de accidente o situación de emergencia. • UC0508_2: Conducir bicicletas con eficacia y seguridad por terrenos variados hasta media montaña y realizar el mantenimiento operativo de bicicletas. • UC0509_2: Guiar y dinamizar a personas por itinerarios en bicicleta hasta media montaña. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	HOSTELERÍA Y TURISMO / Operaciones básicas de catering / Gestión de procesos de servicio en restauración / Creación y gestión de viajes combinados
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Realizar el montaje de géneros, elaboraciones culinarias envasadas, menaje, utillaje y materiales varios, en los equipos destinados al servicio de catering, recepcionar la carga procedente del servicio de catering realizado y lavar los materiales y equipos reutilizables.</p> <p>Definir y supervisar todo tipo de servicios de alimentos y bebidas en restauración, preparar elaboraciones culinarias a la vista del comensal, aplicar al cliente el protocolo establecido asesorándole sobre la oferta de bebidas y el maridaje de platos, con el objetivo de ofrecer un servicio de calidad y en óptimas condiciones de seguridad e higiene.</p> <p>Crear y operar viajes combinados, productos similares y eventos, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa, y gestionar el departamento o unidad correspondiente de la agencia de viajes o entidad equivalente.</p>
<p>UNIDADES DE COMPETENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UC1089_1: Ejecutar operaciones básicas de aprovisionamiento y montaje de géneros, elaboraciones culinarias envasadas y material diverso de servicios de catering y disponer la carga para su transporte. • UC1090_1: Realizar las operaciones de recepción y lavado de mercancías procedentes de servicios de catering. • UC1105_3: Aplicar las normas de protocolo en restauración. • UC1098_3: Definir y planificar procesos de servicio en restauración. • UC1103_3: Supervisar y desarrollar procesos de servicio en restauración. • UC1104_3: Gestionar departamentos de servicio de restauración. • UC1047_2: Asesorar sobre bebidas distintas a vinos, prepararlas y presentarlas. • UC1048_2: Servir vinos y prestar información básica sobre los mismos. • UC1051_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en los servicios de restauración. • UC0711_2: Actuar bajo normas de seguridad, higiene y protección ambiental en hostelería. • UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas. • UC1055_3: Elaborar y operar viajes combinados, excursiones y traslados. • UC1056_3: Gestionar eventos. • UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	HOSTELERÍA Y TURISMO / Venta de servicios y productos turísticos / Promoción turística local e información al visitante
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Vender servicios y productos turísticos, desarrollando la gestión económico-administrativa que resulta inherente y gestionando el departamento o unidad correspondiente de la agencia de viajes o entidad equivalente.</p> <p>Promocionar y comercializar destinos turísticos locales, gestionando servicios de información turística y participando en la creación, comercialización y gestión de productos y servicios turísticos del entorno local, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.</p>
<p>UNIDADES DE COMPETENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UC1057_2: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario independiente, en las actividades turísticas. • UC0267_2: Desarrollar la gestión económico-administrativa de agencias de viajes. • UC0268_3: Gestionar unidades de información y distribución turísticas. • UC0266_3: Vender servicios turísticos y viajes. • UC1075_3: Crear, promocionar y gestionar servicios y productos turísticos locales. • UC1074_3: Gestionar información turística. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	SEGURIDAD Y MEDIO AMBIENTE / Gestión ambiental
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Elaborar la documentación, ejecutar la puesta en marcha, mantenimiento y proponer acciones para la mejora del sistema de gestión ambiental (SGA) aprobado por la organización.</p>
<p>UNIDADES DE COMPETENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UC1971_3: Gestionar la documentación normativa relativa al sistema de gestión ambiental de la organización (SGA). • UC1974_3: Evaluar los riesgos ambientales para la prevención de accidentes. • UC1973_3: Ejecutar la puesta en marcha y mantenimiento del sistema de gestión ambiental (SGA). • UC1972_3: Documentar los aspectos ambientales de la organización. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	HOSTELERÍA Y TURISMO / Animación turística / Guía de turistas y visitantes
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Gestionar departamentos de animación turística, diseñando, promocionando y evaluando sus proyectos, así como organizar, desarrollar y dinamizar, en los respectivos establecimientos, actividades lúdicas y físico-recreativas, culturales y veladas y espectáculos, en lengua propia o extranjera, para conseguir el entretenimiento y fidelización de los clientes y la consecución de los objetivos económicos de la empresa.</p> <p>Informar e interpretar el patrimonio, los bienes de interés cultural y natural y demás recursos turísticos del ámbito específico de actuación a turistas y visitantes, de manera atractiva, interactuando con ellos y despertando su interés, así como prestarles servicios de acompañamiento y asistencia, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa y/u otra lengua extranjera, de modo que se sientan atendidos en todo momento, se satisfagan sus expectativas de información y de disfrute lúdico y se cumplan los objetivos de la entidad organizadora del servicio.</p>
<p>UNIDADES DE COMPETENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • UC1092_3: Diseñar, promocionar y evaluar proyectos de animación turística. • UC1091_3: Gestionar departamentos de animación turística. • UC1093_3: Crear y dinamizar grupos en situaciones de ocio. • UC1094_3: Organizar y desarrollar actividades lúdicas y físico-recreativas en animación turística. • UC1073_3: Comunicarse en una lengua extranjera distinta del inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación. • UC1096_3: Organizar y desarrollar veladas y espectáculos con fines de animación. • UC1095_3: Organizar y desarrollar actividades culturales con fines de animación turística y recreativa. • UC1072_3: Comunicarse en inglés, con un nivel de usuario competente, en los servicios turísticos de guía y animación. • UC1071_3: Prestar servicios de acompañamiento y asistencia a turistas y visitantes y diseñar itinerarios turísticos. • UC1069_3: Interpretar el patrimonio y bienes de interés cultural del ámbito de actuación a turistas y visitantes. • UC1070_3: Interpretar espacios naturales y otros bienes de interés natural del ámbito de actuación a turistas y visitantes. 	

9.5. Obstáculos para el emprendimiento en el sector

Los principales obstáculos para emprender en el sector del turismo son los siguientes:

- Atomización del sector.
- Acceso a la financiación, dado que se establecen numerosos requisitos y condiciones.
- Legislación poco adaptada al emprendimiento.
- Falta de planes de formación en el sector (especialmente para jóvenes en riesgo de exclusión).
- Desconocimiento del mercado y de la competencia.
- Dificultad a la hora de encontrar visibilidad al negocio y de encontrar clientes.
- Falta de agilidad en la aplicación de la nueva oferta.
- Complejidad en la solicitud y tramitación de subvenciones públicas de los programas dirigidos a fomentar el emprendimiento en turismo.

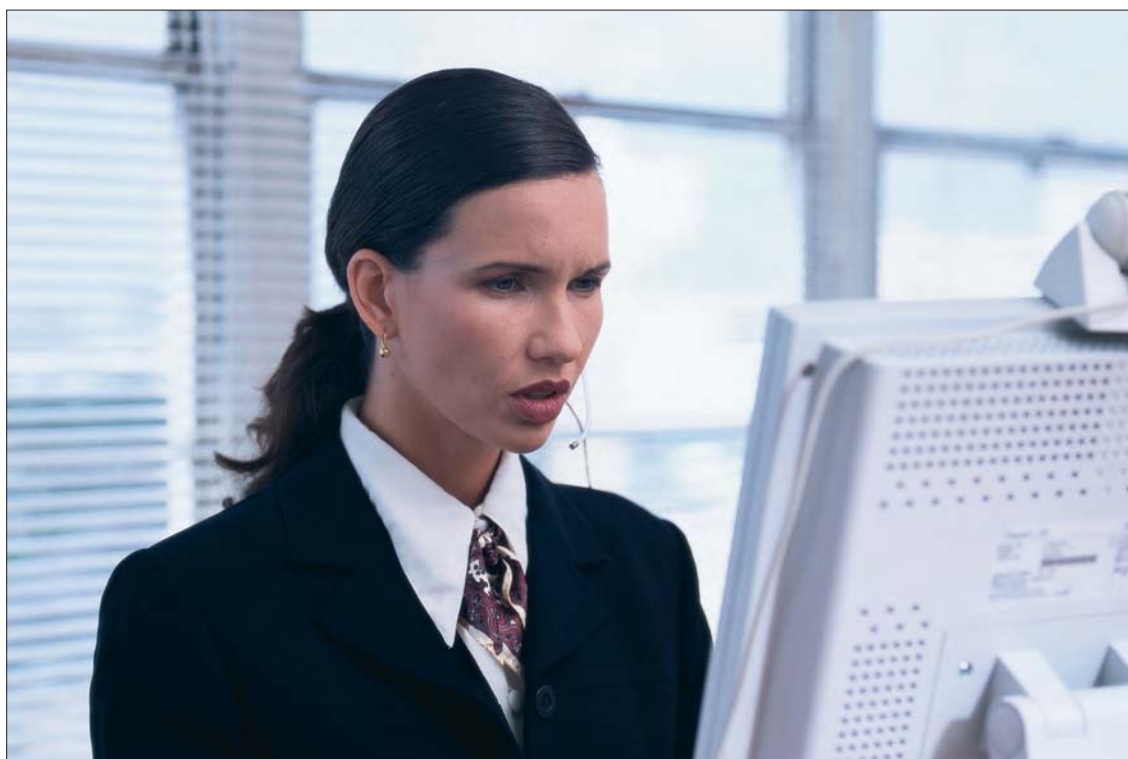
Como soluciones para salvar dichos obstáculos se proponen las siguientes:

- En relación con la financiación, las personas emprendedoras que solicitan préstamos deberían elaborar más detalladamente los planes de viabilidad y los proyectos técnicos que presentan a las entidades financiadoras, habiendo reflexionado sobre lo que quieren hacer antes de presentar su plan de negocio.

La financiación pública es una alternativa a la falta de financiación privada, especialmente los fondos LEADER, y también los programas de microcréditos o créditos blandos en el marco de determinados programas sociales.

- En relación con el desconocimiento del mercado del turismo es importante aprender el lenguaje propio del sector, conocer las preferencias del mercado y de las personas.
- La especialización aplicada a una zona geográfica.





- Hay que aumentar la formación y la especialización en sectores y temas específicos. Suelen funcionar muy bien los programas formativos que llevan a cabo algunas entidades del Tercer Sector, en colaboración con determinadas empresas demandantes de personal formado en esas áreas específicas.
- También es muy recomendable favorecer la experiencia y las prácticas de los jóvenes, así como el contacto con otras empresas, es decir, el acercamiento y apoyo a asociaciones profesionales y de empresarios. Por todo ello, son muy importantes las incubadoras de empresas especializadas.

9.6. Perspectiva de género

El sector del turismo emplea tanto a hombres como a mujeres, aunque dependiendo del subsector que se considere se puede observar mayor o menor feminización. Las diferencias entre los hombres y las mujeres en el sector turístico se dan en función de los oficios o servicios. En general los hombres jóvenes acaparan las áreas de nuevas tecnologías.

Por lo que se refiere a la inclinación o actitud emprendedora en el sector del turismo, no se han constatado diferencias significativas entre ambos géneros; esto es, mujeres y hombres por igual podrían poner en marcha negocios relacionados con las actividades mencionadas en este sector.

Es cierto que en general la mujer debe hacer un mayor esfuerzo, pero el sector turístico, afortunadamente, en muchos de sus segmentos es mayoritariamente femenino, como ocurre en el subsector de viajes, en el de informadores turísticos y en algunos departamentos de hostelería.

En relación con el turismo rural, la mujer está mejor posicionada, si cabe, que el hombre para emprender en actividades rurales. Ella ha tenido tradicionalmente menos oportunidades de empleabilidad, y este sector le ofrece ahora la posibilidad de ganarse la vida, al tiempo que le aporta autoestima: muchas mujeres del medio rural han empezado a preocuparse más de su imagen física (ir a la peluquería, comprarse ropa...) desde que tienen clientes que vienen a su alojamiento y empiezan a disponer y a gestionar su propio dinero. Como dato a destacar, el 80% de los alojamientos rurales en la actualidad son propiedad de mujeres.



10. SECTOR SERVICIOS A LAS PERSONAS

10.1. Caracterización del sector

Definición del sector

En el marco de este estudio se definen los servicios a la persona (SAP), adoptando la definición que aporta la Asociación Española de Servicios a la Persona (AESP), como aquellos servicios que permiten a los hogares beneficiarse del “saber hacer” de otras personas. Tienen un componente muy destacable de ayuda, ya que en la mayor parte de los casos representan una ayuda necesaria y vital para algún tipo de personas. Atendiendo a la creciente demanda que se está produciendo en cada uno de ellos, los SAP pueden dividirse en tres grandes grupos (**Figura 16**):

- Servicios para la familia:** guardería y cuidado de los niños, ayuda escolar, cuidados de animales de compañía, ayuda informática a domicilio, etc.
- Servicios para la calidad de vida a domicilio y la salud:** limpieza del hogar, peluquería y estética, ayuda a las personas mayores, etc.
- Servicios para el hogar:** Servicios de apoyo a las personas o familias con discapacitados, convalecientes o dependientes, en tareas tales como pequeñas reparaciones o adaptaciones del hogar.



SERVICIOS A LAS PERSONAS

Servicios para la familia

Servicios para la calidad de vida a domicilio y la salud

Servicios para el hogar

Figura 16. Actividades o subsectores que conforman el sector servicios a las personas

Tabla 36. Clasificación Nacional de Actividades Económicas en servicios a las personas

Cód. CNAE	Actividades de turismo
871	Asistencia en establecimientos residenciales con cuidados sanitarios
872	Asistencia en establecimientos residenciales para personas con discapacidad intelectual, enfermedad mental y drogodependencia
873	Asistencia en establecimientos residenciales para personas mayores y con discapacidad física
879	Otras actividades de asistencia en establecimientos residenciales
881	Actividades de servicios sociales sin alojamiento para personas mayores y con discapacidad
889	Otras actividades de servicios sociales sin alojamiento
952	Reparación de efectos personales y artículos de uso doméstico
960	Otros servicios personales
970	Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico

A efectos operativos, y al objeto de definir el sector de servicios a las personas teniendo en cuenta la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 2009, hay que poner de relieve las dificultades para realizar esta aproximación, ya que muchas de las actividades son marginales dentro de un epígrafe determinado y, en este sentido, se ha optado por no incluirlas (sería el caso de las actividades de apoyo escolar, por ejemplo) al objeto de no sobrevalorar el sector (Tabla 36).

Importancia estratégica del sector en la economía española

En España no existe oficialmente un sector de la economía con la denominación de “servicios a las personas” que aglutine las diferentes actividades que se realizan en este ámbito y para las cuales se puedan cuantificar variables económicas, como el empleo o el valor añadido.

Dentro de este sector más amplio de servicios a la persona sí que estaría bien definido y representado en el conjunto de la economía el subsector de atención a las personas dependientes y desarrollo de la promoción de la autonomía personal, que dispone de un marco legal aportado por la Ley 39/2006, de promoción de la autonomía personal y atención a personas en situación de dependencia, posee su propio convenio colectivo de aplicación a los trabajadores, y tiene una estructura relativamente sólida.

En algunos países de Europa se está avanzando en la creación y/o definición de un sector económico que aglutine en sentido amplio todos los servicios de apoyo a la persona. En este sentido, hay países cuyas autoridades administrativas están promoviendo medidas sociales y fiscales que favorezcan la aparición de nuevos servicios y la creación de empleos declarados como respuesta a las nuevas necesidades sociales. En Francia, país con el mayor avance en estas cuestiones, se ha implantado un plan estatal de desarrollo de los servicios a las personas

Comunidad Autónoma	PESO DEL SECTOR SERVICIOS A LAS PERSONAS			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR SERVICIOS A LAS PERSONAS		
	% de personas ocupadas en el sector SERVICIOS A LAS PERSONAS respecto al total de personas ocupadas			% de personas ocupadas por cuenta propia en el sector SERVICIOS A LAS PERSONAS respecto al total de personas ocupadas en dicho sector		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Andalucía	3,4%	15,7%	8,8%	28,3%	9,4%	13,5%
Aragón	1,9%	13,5%	7,1%	18,2%	10,4%	11,6%
Asturias (Principado de)	1,4%	14,7%	7,7%	17,0%	16,9%	16,9%
Baleares (Islas)	2,8%	15,1%	8,6%	23,8%	9,1%	11,7%
Canarias	3,3%	12,1%	7,3%	15,3%	10,7%	11,9%
Cantabria	2,4%	15,9%	8,6%	15,9%	7,7%	9,0%
Castilla-León	1,6%	17,0%	8,4%	21,9%	8,7%	10,0%
Castilla-La Mancha	1,6%	15,5%	7,3%	32,7%	10,5%	13,3%
Cataluña	2,5%	13,8%	7,8%	26,4%	12,0%	14,3%
Comunidad Valenciana	1,9%	14,8%	7,6%	23,9%	8,5%	10,6%
Extremadura	1,8%	17,8%	8,5%	7,4%	9,7%	9,4%
Galicia	1,2%	13,8%	7,2%	34,7%	12,1%	14,1%
Madrid (Comunidad de)	2,6%	16,4%	9,2%	10,6%	4,9%	5,8%
Murcia (Región de)	1,2%	14,5%	6,8%	37,8%	9,9%	12,7%
Navarra (Comunidad Foral de)	2,0%	14,8%	7,8%	8,0%	10,3%	9,9%
País Vasco	2,3%	16,7%	9,1%	19,0%	6,0%	7,7%
Rioja (La)	1,9%	14,8%	7,6%	13,3%	9,9%	10,4%
Total	2,4%	15,1%	8,2%	22,2%	9,2%	11,2%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 37. Distribución territorial del empleo del sector servicios a las personas por comunidades autónomas. Datos del segundo trimestre de 2014



con cuatro objetivos prioritarios: creación de empleo de calidad, lucha contra el trabajo clandestino, concesión de ayudas a las personas discapacitadas y favorecimiento de la conciliación entre vida profesional, familiar y personal.

En España, la situación social y económica actual justificaría la necesidad de tener un sector de servicios a la persona suficientemente organizado, regulado y apoyado por las administraciones, de forma similar a como se ha producido en otros países de Europa. Entre los factores que explicarían esta necesidad estarían los siguientes:

- **La situación demográfica.** Por un lado, se está produciendo un aumento de la dependencia debido al envejecimiento de la población y al crecimiento de las necesidades por parte de las personas mayores. La Ley de Dependencia, vigente desde 2006 en España, atiende situaciones de dependencia indefinida o crónica, pero debería complementarse con la posibilidad de acceso a otros servicios que faciliten asistencia a la persona ante situaciones de dependencia temporal (enfermedad, hospitalización, posoperatorio, etc.). Por otro lado, aunque la tasa de natalidad es reducida, conlleva muchas necesidades no cubiertas. Además, se observa un mantenimiento del índice de natalidad para los diez próximos años y el aumento del número de menores de 15 años. A esto se puede añadir la falta de plazas en las guarderías, la inexistencia de servicios a domicilio seguros a precios accesibles y la incorporación masiva de la mujer al mundo laboral, tres factores que influyen mucho en la necesidad de encontrar soluciones para el cuidado de niños, sobre todo para los menores de 3 años.
- **La situación del mercado laboral.** Debido a la crisis económica, el desempleo alcanza tasas de en torno al 22%, al tiempo que crece la actividad en la economía sumergida, situándose en niveles del 23% del PIB. Precisamente, un alto porcentaje de personas que trabajan en el sector de servicios a la persona lo hacen de manera informal. Sería muy conveniente hacer aflorar la actividad y los empleos sumergidos en este sector para mejorar las cifras económicas y de empleo.
- **La situación en la educación.** Según la OCDE, España se encuentra a la cola de todos los países pertenecientes a este organismo en materia educativa, con un fracaso escolar que ha alcanzado niveles históricos en los últimos años. Por ello se requieren soluciones determinantes para ayudar a las familias a resolver las consecuencias vinculadas al fracaso escolar (necesidad de clases particulares, atención especial para los niños que fracasan en sus estudios...).

No obstante, y aun cuando el sector de los servicios a las personas se halla en plena evolución, es fundamental realizar una aproximación al empleo que de facto genera. En este sentido, par-

PESO DEL SECTOR SERVICIOS A LAS PERSONAS			IMPORTANCIA DEL EMPLEO POR CUENTA PROPIA EN EL SECTOR SERVICIOS A LAS PERSONAS		
% de personas ocupadas en el sector SERVICIOS A LAS PERSONAS respecto al total de personas ocupadas			% de personas ocupadas por cuenta propia en el sector SERVICIOS A LAS PERSONAS respecto al total de personas ocupadas en dicho sector		
Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
2,4%	14,9%	8,4%	14,9%	7,4%	8,5%

Fuente: elaboración propia a partir del fichero de microdatos de la Encuesta de Población Activa del INE.

Tabla 38. El empleo juvenil (menores de 35 años) del sector servicios a las personas. Datos del segundo trimestre de 2014

tiendo de la conceptualización realizada en el marco de este trabajo, cabe señalar que, según los microdatos de la EPA relativa al segundo trimestre de 2014, los empleos de dicho sector suponían el 8,2% del total de personas ocupadas, lo que implica en términos absolutos a casi un millón y medio de personas. Desde el punto de vista de género, existe una brecha entre mujeres (15,1%) y hombres (2,4%) en cuanto a la importancia de los servicios a las personas en el empleo total, lo que denota una clara feminización del sector (Tabla 37).

Por lo que atañe a la distribución del empleo por comunidades autónomas, es destacable que la especialización en este sector de los servicios a las personas no está especialmente marcado en ningún territorio. En cualquier caso, sí se podría afirmar que en Andalucía (8,8%), la Comunidad de Madrid (9,2%) y el País Vasco (9,1%) es donde el porcentaje de personas ocupadas en este sector respecto al total de empleo de la región es superior a la media española.

Al aludir a las oportunidades de emprendimiento en el sector de servicios a las personas, es de destacar que es un sector donde el empleo por cuenta propia no es tan significativo como en otros. En particular, del total de personas ocupadas en España en este ámbito, el 11,2% lo hace por cuenta propia. También llama la atención el amplio gap existente entre mujeres (9,2%) y hombres (22,2%) en cuanto al empleo por cuenta propia se refiere, lo que representa 13 puntos porcentuales, a pesar de ser un sector feminizado.

El empleo por cuenta propia en este sector es especialmente significativo en Asturias (16,9%), Cataluña (14,3%) y Galicia (14,1%).

Poniendo ya el foco en el colectivo de personas jóvenes menores de 35 años, los datos en el empleo del sector de los servicios a las personas, tal y como se ha definido a estos efectos, aporta el 8,4% de la ocupación juvenil en España, con un claro sesgo a favor de las mujeres jóvenes (14,9%), frente a los varones de esta misma edad (2,4%) (Tabla 38).

Por último, al observar el empleo por cuenta propia entre el colectivo juvenil que desarrolla su ocupación en el ámbito del sector de servicios a las personas, cabe señalar que el 8,5% de las personas ocupadas en él lo hacen por cuenta propia y, siguiendo la estructura de la población total, también son los hombres (14,9% frente al 7,4%) los que emprenden en mayor medida (Tabla 39).

10.2. Situación del sector y perspectivas de futuro

La situación actual del sector

Aunque el sector de servicios a la persona se ha venido considerando un sector de pequeños empleos, en muchos casos muy precarizados, la nueva realidad de nuestra sociedad está motivando que estos empleos adquieran una mayor relevancia.

El desarrollo de la sociedad española ha traído múltiples consecuencias positivas, como son la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, el enorme incremento de la esperanza de

vida o la incorporación definitiva de la mujer al trabajo, pero también cambios en la estructura familiar que han generado nuevas necesidades de primer orden que deben ser satisfechas, como son las referentes al cuidado de los hijos, apoyo escolar, cuidado del hogar, cuidado de personas enfermas y todo el abanico de ayudas que requieren las personas mayores y las personas en situación de dependencia.

Estas nuevas necesidades de la sociedad, unidas a la existencia de una renta familiar suficiente, independientemente de que existan o no ayudas por parte de las administraciones públicas, han propiciado una mayor demanda de estos servicios, toda vez que las necesidades primarias están satisfechas.

La crisis económica ha supuesto un parón en la actividad en este sector, producido por la caída de la demanda a consecuencia de la disminución de la renta de los hogares y por el aumento de servicios prestados dentro de la economía sumergida.

Características económicas			
Valor añadido sobre PIB	-	Volumen de ocupación sobre el total	8,2%
Morfología empresarial	Pequeñas y medianas empresas.		
Grado de dependencia AAPP	Alto	Grado de innovación	Medio
Evolución del sector			
Económica	Positiva	Empleo	Positiva
Impacto de la crisis	Caída de la demanda a consecuencia de la disminución de la renta de los hogares. Aumento de actividad ofertada/prestada de manera informal (economía sumergida)		
Características de empleo			
Características empleo generado	Empleos de baja cualificación, elevada temporalidad	Alto nivel de economía sumergida	
Perfiles profesionales demandados	Perfiles de media y baja cualificación: FP de grado medio o básica. Puntualmente alguna titulación universitaria		
Titulaciones especializadas	Trabajo social Educación social Psicología Filología Educación infantil y/o primaria Informática Ciclos formativos en las ramas de: electricidad y electrónica, imagen personal, sanidad, servicios socioculturales y a la comunidad (atención a personas en situación de dependencia, animación sociocultural, educación infantil, integración social, mediación comunicativa) Ocio y tiempo libre Manipulado de alimentos		
Titulaciones no especializadas	ESO/Bachillerato		
Conocimientos complementarios	Bricolaje y pequeñas obras de mantenimiento, carné de conducir, cocina, etc.		

Tabla 39. Datos económicos del sector servicios a las personas y de su peso en el conjunto de la economía española

Tabla 39. Datos económicos del sector servicios a las personas y de su peso en el conjunto de la economía española

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos

Aun así, los servicios a la persona se están haciendo cada vez más necesarios y van a requerir una profesionalización y unas condiciones laborales que aporten valor y calidad a estos empleos, traducándose en la calidad de los servicios prestados.

Perspectivas generales y expectativas de crecimiento para el sector

Durante los próximos años, el sector de servicios a las personas continuará en crecimiento debido a factores como la tendencia demográfica y algunos cambios sociales y culturales que se están produciendo en España.

Respecto a la situación demográfica, las previsiones del INE en su proyección de la Población de España a Corto Plazo 2013-2023 muestran las características típicas de un país de “edad avanzada” y natalidad reducida. Según dichas previsiones, la esperanza de vida al nacer alcanzaría los 81,8 años en los varones y los 87,0 en las mujeres en 2022, lo que supone una ganancia de 2,5 años y de 1,9 años respecto a los valores actuales, respectivamente. En España residirían 9,7 millones de personas mayores de 64 años, 1,5 millones más que en la actualidad (un 17,6% más). Un total de 23.428 personas superarían los 100 años, casi el doble que los 12.033 centenarios actuales. Estos factores provocarán un aumento de la tasa de dependencia del 51,0% actual hasta el 59,2% en 2023, con la consiguiente necesidad de servicios de atención para estas personas, no sólo en los casos de dependencia indefinida o crónica contempladas por la Ley 39/2006, de promoción de la autonomía personal y atención a personas en situación de dependencia, más conocida como Ley de Dependencia, sino también ante situaciones de dependencia temporal como enfermedad, hospitalización, postoperatorio, etc.

Por otra parte, el progresivo acceso de la mujer al mercado de trabajo, la evolución de las estructuras familiares (aumento de los hogares monoparentales y del número de hogares de un solo miembro) y el mayor número miembros de la familia que trabajan fuera del hogar van a seguir generando una demanda de servicios que hoy por hoy no están suficientemente cubiertos, como plazas de guardería o servicios a domicilio de calidad y a precios asequibles.

Así pues, a corto y medio plazo, los servicios a las personas pueden convertirse en un importante nicho de nuevos empleos y de desarrollo de actividad empresarial, con la característica





de que serán servicios de proximidad, no deslocalizables; es decir, que el empleo se creará allí donde surja la necesidad, en cualquier zona del territorio nacional, tanto en zonas urbanas como rurales, creando un tejido empresarial y social que contribuya al desarrollo de zonas especialmente retiradas y haciendo que muchas personas puedan desarrollar una actividad emprendedora. Para ello sería deseable que se articulase un marco legal adecuado que permita la expansión del sector y el uso de dichos servicios por la totalidad de la población, tal como ya se viene haciendo en otros países de la Unión Europea.

Debilidades y amenazas del sector

Las principales debilidades o amenazas a las que se enfrenta el sector son las siguientes:

- Como consecuencia de la crisis económica y la elevada tasa de desempleo en nuestro país, se ha producido una caída de la demanda de este tipo de servicios: por un lado, porque la renta disponible de los hogares ha disminuido y, por otro, porque han aumentado los hogares con algún miembro en paro, que se ha visto obligado a asumir algunas tareas de atención y servicio que antes se contrataban fuera.
- También la demanda de estos servicios se ha visto mermada por la competencia con las actividades realizadas de manera informal, cuyos precios son significativamente inferiores a los que se ofrecen dentro de la economía formal. Como ya se ha comentado, la crisis ha fomentado el incremento de la economía sumergida, que se ha situado en el 23% del PIB nacional. El sector de los servicios a la persona está fuertemente marcado por este problema, ya que una gran parte de los proveedores trabajan de manera informal.
- El gasto del sector público destinado a servicios sociales y, en particular, al ámbito de la dependencia ha sufrido una importante ralentización durante estos años de recesión. Los recortes en las políticas sociales han debilitado la financiación del Tercer Sector, que es clave en la prestación de servicios a la persona. Por otra parte, el gasto social, tanto del Estado como de las comunidades autónomas no resulta suficientemente finalista o concreto en su aplicación a algunos colectivos. Tal es el caso de las personas mayores o dependientes.

- Por último, la reciente aprobación del nuevo Convenio Estatal de Acción e Intervención Social va a traer consigo algunas incertidumbres en cuanto a su aplicación y desarrollo en el sector residencial y de atención a la dependencia, ya que se pueden producir incongruencias económicas y de otro tipo que habrá que solucionar entre este nuevo convenio y el vigente de servicios de atención a las personas dependientes y desarrollo de la promoción de la autonomía personal.

Fortalezas y oportunidades del sector

Este sector tiene como principal fortaleza su capacidad para estar en continua evolución, saber adaptarse a los cambios y a las nuevas necesidades de la sociedad y ser capaz de incorporar e introducir nuevas prácticas.

Precisamente los cambios sociales que se están produciendo en España, junto a algunos aspectos de la cultura de nuestro país, constituyen una oportunidad de crecimiento para el sector, una vez superado el periodo de crisis:

- La incorporación de la mujer al ámbito laboral conlleva unas expectativas nuevas de las personas y las familias para compaginar su desarrollo profesional sin renunciar a su vida personal y familiar, en virtud de las cuales se requiere una mayor profesionalización y calidad de los servicios que se presten en el entorno privado de sus hogares y para el cuidado de sus seres queridos, debido a la escasez de tiempo libre.
- El envejecimiento de la población hace que la actividad de ayuda a las personas mayores y dependientes crezca cada vez más. Además, la actual generación de mayores difiere bastante de las anteriores, ya que muestra un claro deseo de mantener su independencia en la medida de lo posible (vivir en sus hogares, no ser una carga para los hijos...) y demanda unos servicios de calidad para atender sus necesidades de la vida diaria.
- En un país de cultura mediterránea como el nuestro, donde el papel de la familia como soporte social está muy arraigado y se acude mayoritariamente al apoyo prestado por el

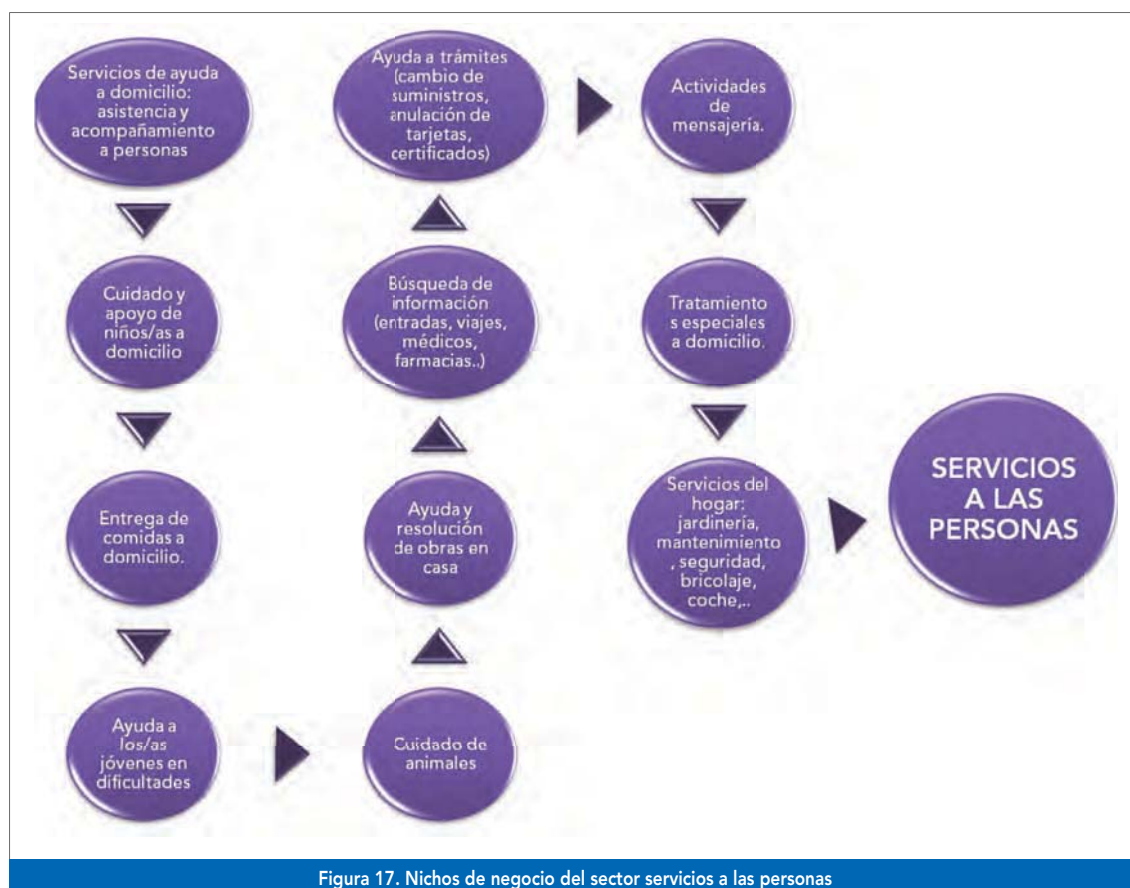


Figura 17. Nichos de negocio del sector servicios a las personas



entorno familiar o vecinal (principalmente por la mujer), los servicios a la persona representan una ayuda necesaria y vital, sobre todo en determinados perfiles y colectivos de población.

10.3. Los nichos de negocio en el sector servicios a las personas para jóvenes en riesgo de exclusión

Al igual que en los sectores anteriores, se ha realizado un análisis previo para identificar actividades emergentes dirigidas a jóvenes en riesgo de exclusión social en el ámbito de los servicios a las personas. Las entidades y empresas entrevistadas en el marco de este estudio han refrendado este análisis, que se resume en los nichos de negocio recogidos en la **Tabla 40** y **Figura 17**.

Dentro del sector amplio de servicios a la persona, el subsector de atención a las personas mayores y/o dependientes está evolucionando hacia un modelo en el que la persona no necesite ser atendida en centros o residencias, sino que pueda permanecer en su propio domicilio y recibir toda una serie de servicios conocidos como “de proximidad”. Esta circunstancia se debe al cambio cultural que se está produciendo en la actual generación de personas mayores: como ya se ha apuntado anteriormente, ahora prima el proyecto vital individual de la persona, y la atención está enfocada a cubrir toda una serie de necesidades muy amplias, aparte de las estrictamente socio sanitarias. A propósito de esta tendencia surgen nuevas actividades que, en líneas generales, se mencionan en la **Tabla 40**, y que podrían convertirse en nuevos nichos de negocio para los jóvenes objeto de este estudio. Como ejemplos concretos se pueden mencionar los siguientes:

- Organizar actividades de entretenimiento alternativo, como cultivar un pequeño huerto, cuidar de una mascota, etc.
- Servicios relacionados con los cuidados y la higiene personal, como peluquería, podología, etc.
- Actividades relacionadas con las tareas del hogar: cocinar, realizar la compra, tareas de bricolaje y mantenimiento de la vivienda, etc.

Ámbito	Área de negocio
Servicios para la calidad de vida en el domicilio y la salud	Servicios de ayuda a domicilio: asistencia y acompañamiento a la tercera edad, a personas enfermas y/o con diversidad funcional (compañía, acompañamiento al médico, cuidado, etc.)
	Desarrollo de actividades que promuevan el envejecimiento activo (promoción de actividad física, actividad cognitiva y programas de optimización del funcionamiento emocional, motivacional y social)
	Productos de ortopedia y ayudas técnicas
	Tratamientos especiales a domicilio: pequeñas curas, tratamientos faciales y corporales, etc.
	Actividades relacionadas con la adaptación de la vivienda para mejorar la calidad de vida (baños, portales...)
Atención a la infancia y a jóvenes	Cuidado de niños a domicilio
	Ayuda extraescolar y clases a domicilio
	Atención durante la enfermedad
	Organización de colonias escolares o deportivas
	Organización de actividades extraescolares
Apoyo a la conciliación	Asistencia en la resolución de problemas (contratación de albañiles, fontaneros, electricistas, etc.)
	Búsqueda de información (localización de entradas para teatro, adquisición de paquetes de viajes, información sobre centros médicos, farmacias, etc.), realización de trámites (cambio de titulares de recibos de suministros, anulación vía telefónica o web de tarjetas de crédito y teléfonos móviles, certificado de nacimiento, matrimonio, defunción, obtener nota simple del Registro...)
	Actividades de mensajería
	Servicios de respiro para familias
Servicios para el hogar	Cuidado de animales de compañía
	Entrega de comidas a domicilio
	Jardinería
	Mantenimiento de la casa
	Seguridad
	Asistencia informática a domicilio
	Mantenimiento y servicios para comunidades de vecinos
	Pequeñas tareas de bricolaje, etc.
	Desarrollo de nuevas formas de atención y cuidado a las personas dependientes basados en las NTIC y en el avance de la domótica
Servicios de cuidado personal, ocio y tiempo libre	Servicios de estética, peluquería, podología...
	Servicios de estética, peluquería, podología...
	Actividades lúdicas

Tabla 40. Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector de los servicios a las personas para jóvenes en riesgo de exclusión.

- Actividades de acompañamiento en citas médicas, en gestiones (acudir al banco...), paseos, etc.
- Servicios de respiro para familias: lugares donde se cuida de las personas dependientes mientras la familia descansa.
- Centros de día o ludotecas por horas para personas mayores: ofrecen un servicio donde se puede dejar a las personas dependientes mientras la persona cuidadora habitual realiza gestiones, recibe formación, etc.
- Desarrollo de nuevas formas de atención y cuidado a las personas dependientes basadas en las NTIC y en el avance de la domótica. Esta línea supone un amplio campo de actividad, y consiste en desarrollar todo tipo de aparatos y sistemas que permitan el control de la vivienda y de la propia integridad física de estas personas a distancia, desde un centro de control o de referencia. Por ejemplo:
 - Conexión a la televisión para mantener una videoconferencia con algún familiar o personal de su centro de referencia.
 - Sensores para detectar si la persona ha salido de la vivienda, si ha sufrido una caída (pulsera en la muñeca que detecta una pérdida brusca de altura), etc.
 - Aparatos que miden, por ejemplo, el nivel de glucosa y si está fuera del rango normal envían una señal a una central de datos, etc.

10.4. Formación y competencias profesionales necesarias para emprender en el sector servicios a las personas

10.4.1. Formación técnica

La formación académica para emprender y desarrollar actividades relacionadas con la atención a las personas puede ser muy variada y tan amplia como lo es el abanico de servicios que se demandan actualmente (**Tabla 41**).

Dependiendo del servicio que se quiera prestar, la formación puede ir desde un nivel universitario, como trabajo social, psicología o filología (incluso cuando se quieren impartir clases particulares), pasando por una formación técnica, como puede ser informática, electricidad, etc., hasta niveles de formación más básicos que no impliquen especialización alguna (es el caso las tareas de acompañamiento a personas dependientes o asistencia en tareas domésticas).

Además de la formación reglada, otra posibilidad de titulación útil para realizar una actividad en el ámbito de los servicios a la persona serían los certificados de profesionalidad, regulados por el Real Decreto 34/2008, de 18 de enero, que son el instrumento de acreditación oficial de las cualificaciones profesionales del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales en el ámbito de la administración laboral. Estos certificados acreditan el conjunto de competencias profesionales que capacitan para el desarrollo de una actividad laboral identificable en el sistema productivo, sin que ello constituya regulación del ejercicio profesional. Tienen carácter oficial y validez en todo el territorio nacional y son expedidos por el SEPE y los órganos competentes de las comunidades autónomas. Los certificados admitidos en el sector de servicios a la persona serían los siguientes:

- Atención sociosanitaria a personas dependientes en instituciones sociales.
- Teleasistencia.
- Atención sociosanitaria a personas en el domicilio.
- Empleo doméstico.

Tabla 41. Competencias técnicas asociadas al sector servicios a las personas

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	IMAGEN PERSONAL / Servicios estéticos de higiene, depilación y maquillaje SERVICIOS SOCIOCULTURALES A LA COMUNIDAD / Atención sociosanitaria a personas en el domicilio / Educación en habilidades de autonomía personal y social
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Aplicar técnicas de higiene facial y corporal, depilación, maquillaje y técnicas de ventas de productos y servicios, observando las pautas precisas para el manejo y selección de las diferentes técnicas estéticas en condiciones de seguridad, higiene y desinfección, atendiendo a las necesidades y demandas de los clientes.</p> <p>Ayudar en el ámbito sociosanitario en el domicilio a personas con especiales necesidades de salud física, psíquica y social, aplicando las estrategias y procedimientos más adecuados para mantener y mejorar su autonomía personal y sus relaciones con el entorno.</p> <p>Programar, organizar, desarrollar y evaluar proyectos y actividades de entrenamiento de habilidades de autonomía personal y social que tengan por objetivo la integración social, valorando la información obtenida sobre cada caso y aplicando las estrategias y técnicas más adecuadas.</p>
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC0354_2: Atender al cliente del servicio estético de higiene, depilación y maquillaje en condiciones de seguridad, salud e higiene. • UC0065_2: Mejorar la armonía del rostro con estilos de maquillaje social. • UC0355_2: Aplicar técnicas estéticas de higiene e hidratación facial y corporal. • UC0345_2: Eliminar por procedimientos mecánicos y decolorar el vello. • UC0352_2: Asesorar y vender productos y servicios para la imagen personal. • UC0249_2: Desarrollar intervenciones de atención física domiciliaria dirigidas a personas con necesidades de atención sociosanitaria. • UC0251_2: Desarrollar las actividades relacionadas con la gestión y funcionamiento de la unidad convivencial. • UC0250_2: Desarrollar intervenciones de atención psicosocial domiciliaria dirigidas a personas con necesidades de atención sociosanitaria. • UC0252_3: Programar, organizar y evaluar las intervenciones de integración social. • UC0254_3: Establecer, adaptar y aplicar sistemas alternativos de comunicación. • UC0253_3: Desarrollar las intervenciones dirigidas al entrenamiento y a la adquisición de habilidades de autonomía personal y social. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	SERVICIOS SOCIOCULTURALES Y A LA COMUNIDAD / Educación a la infancia / Dinamización de actividades de tiempo libre educativo infantil y juvenil / Información juvenil
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Elaborar, implementar y evaluar proyectos y programas educativos de atención a la infancia en la etapa de 0-3 años en el ámbito formal bajo la responsabilidad de un maestro de educación infantil y pudiendo abarcar hasta los 6 años en el ámbito no formal, generando entornos seguros y en colaboración con otros profesionales y con las familias.</p> <p>Organizar, dinamizar y evaluar actividades de tiempo libre educativo dirigidas a la infancia y la juventud, en el marco de la programación general de una organización, aplicando las técnicas específicas de animación grupal, incidiendo explícitamente en la educación en valores y atendiendo a las medidas básicas de seguridad y prevención de riesgos.</p> <p>Organizar y gestionar servicios de información para jóvenes que respondan a los intereses y necesidades de este sector de la población desarrollando acciones de información, orientación, dinamización de la información, promoviendo actividades socioeducativas en el marco de la educación no formal orientadas a hacer efectiva la igualdad de oportunidades y el desarrollo integral de los jóvenes como ciudadanos en el contexto de una sociedad democrática.</p>
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC1027_3: Establecer y mantener relaciones fluidas con la comunidad educativa y coordinarse con las familias, el equipo educativo y con otros profesionales. • UC1028_3: Programar, organizar, realizar y evaluar procesos de intervención educativa de centro y de grupo de niños y niñas de cero a tres años. • UC1029_3: Desarrollar programas de adquisición y entrenamiento en hábitos de autonomía y salud, y programas de intervención en situaciones de riesgo. • UC1030_3: Promover e implementar situaciones de juego como eje de la actividad y del desarrollo infantil. • UC1031_3: Desarrollar los recursos expresivos y comunicativos del niño y la niña como medio de crecimiento personal y social. • UC1032_3: Desarrollar acciones para favorecer la exploración del entorno a través del contacto con los objetos, y las relaciones del niño o niña con sus iguales y con las personas adultas. • UC1033_3: Definir, secuenciar y evaluar aprendizajes, interpretándolos en el contexto del desarrollo infantil de cero a seis años. • UC1866_2: Organizar, dinamizar y evaluar actividades en el tiempo libre educativo infantil y juvenil. • UC1868_2: Emplear técnicas y recursos educativos de animación en el tiempo libre. • UC1867_2: Actuar en procesos grupales considerando el comportamiento y las características evolutivas de la infancia y juventud. • UC1874_3: Organizar y gestionar servicios de información de interés para la juventud. • UC1876_3: Organizar acciones socioeducativas dirigidas a jóvenes en el marco de la educación no formal. • UC1023_3: Intervenir, apoyar y acompañar en la creación y desarrollo del tejido asociativo. • UC1875_3: Organizar y gestionar acciones de dinamización de la información para jóvenes. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	SERVICIOS SOCIOCULTURALES Y A LA COMUNIDAD / Promoción para la igualdad efectiva de hombres y mujeres
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	Detectar situaciones de desigualdad, visibilizándolas ante el conjunto de la sociedad, trabajando en su prevención y en su erradicación en colaboración con el equipo de intervención, las instituciones y los agentes sociales, y potenciando la participación ciudadana de las mujeres, así como la articulación de procesos comunitarios enfocados hacia su "empoderamiento".
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC1453_3: Promover y mantener canales de comunicación en el entorno de intervención, incorporando la perspectiva de género. • UC1454_3: Favorecer la participación de las mujeres y la creación de redes estables que, desde la perspectiva de género, impulsen el cambio de actitudes en la sociedad y el "empoderamiento" de las mujeres. • UC1584_3: Detectar, prevenir y acompañar en el proceso de atención a situaciones de violencia ejercida contra las mujeres. • UC1583_3: Participar en la detección, análisis, implementación y evaluación de proyectos para la igualdad efectiva de mujeres y hombres. • UC1582_3: Detectar e informar a organizaciones, empresas, mujeres y agentes del entorno de intervención sobre relaciones laborales y la creación, acceso y permanencia del empleo en condiciones de igualdad efectiva de mujeres y hombres. 	

FAMILIA PROFESIONAL/ CUALIFICACIONES	AGRARIA / Actividades auxiliares en viveros, jardines y centros de jardinería SERVICIOS SOCIOCULTURALES Y A LA COMUNIDAD / Empleo doméstico
COMPETENCIAS TÉCNICAS GENERALES	<p>Ejecutar operaciones auxiliares para la implantación y mantenimiento de jardines, parques y zonas verdes, así como para la producción y mantenimiento de plantas en viveros y centros de jardinería, siguiendo instrucciones de superiores o plan de trabajo, cumpliendo con las medidas de prevención de riesgos laborales, calidad y protección del medio ambiente.</p> <p>Realizar las tareas de limpieza de superficies y mobiliario de la vivienda, de elaboración de alimentos, de lavado y planchado, cosido básico manual y preparado de camas, seleccionando y empleando las técnicas, útiles, productos y electrodomésticos para garantizar la higienización del domicilio y permitir la disponibilidad de uso de las camas, la ropa de hogar, las prendas de vestir y el consumo de alimentos, cumpliendo con la normativa de prevención de riesgos laborales.</p>
UNIDADES DE COMPETENCIA: <ul style="list-style-type: none"> • UC1096_3: Organizar y desarrollar veladas y espectáculos con fines de animación. • UC1095_3: Organizar y desarrollar actividades culturales con fines de animación turística y recreativa. • UC1659_3: Organizar y dinamizar eventos, actividades y juegos de animación físico-deportiva y recreativa para todo tipo de usuarios. • UC0272_2: Asistir como primer interviniente en caso de accidente o situación de emergencia. • UC1658_3: Elaborar, gestionar, promocionar y evaluar proyectos de animación físico-deportivos y recreativos. • UC1431_3: Programar, desarrollar y evaluar las programaciones culturales realizadas por las personas responsables de cultura. • UC1433_3: Desarrollar acciones de comunicación y marketing cultural. • UC1432_3: Programar y dinamizar proyectos de animación cultural con las redes asociativas culturales. 	

10.4.2. Formación competencial

En cuanto a las competencias idóneas para trabajar en este sector, las más importantes son las habilidades y competencias transversales que tienen que ver con la capacidad de relación con otras personas. Incluyen aspectos como: trato humano, escucha activa, saber identificar necesidades, capacidad para generar empatía con la persona, etc. En el ámbito de los cuidados a personas mayores las personas jóvenes son muy bien recibidas porque su labor se percibe como un intercambio generacional muy positivo para ambas partes.

10.5. Obstáculos para el emprendimiento en el sector

Entre los obstáculos que los y las jóvenes en riesgo de exclusión pueden encontrar para emprender actividades en el sector de servicios a la persona se pueden mencionar:

- La competencia con las actividades que se realizan en el marco de la economía sumergida, cuyos precios ofertados son más bajos. A pesar de que se trata de servicios muy necesarios para hacer frente a las necesidades de la vida diaria de muchas personas y para ayudar a su conciliación personal, familiar y laboral, estas actividades no reciben ningún tipo de ayuda económica por parte de las administraciones públicas, por lo que el precio influye mucho a la hora de su contratación.
- De acuerdo con lo que establece artículo 4.1 del Real Decreto 1620/2011, de 14 de noviembre, por el que se regula la relación laboral de carácter especial del servicio del hogar familiar, vigente desde el 1 de enero de 2012, “los empleadores podrán contratar a los trabajadores directamente o por intermediación de los servicios públicos de empleo o de las agencias de colocación debidamente autorizadas”. En virtud de este artículo se produce una diferencia en las cotizaciones que deben pagarse a la Seguridad Social, dependiendo de si quien contrata es un particular (cuota reducida) o una empresa (cuota general). Esta diferencia perjudica a aquellas personas que quieran constituirse como actividad económica del hogar familiar y necesiten contratar un trabajador.
- El exigente perfil competencial que se requiere, que debe incorporar las habilidades para la relación y el trato humano que se han mencionado anteriormente. No todas las personas están dotadas de estas cualidades y del elevado grado de empatía que se requiere para realizar bien esta labor.



A continuación se proponen algunas **soluciones** que se pueden articular para superar dichos obstáculos:

- Entre las medidas para equiparar los precios de estos servicios en la economía formal e informal se podría, por ejemplo, modificar la normativa para permitir que las cotizaciones a la Seguridad Social por contratar personal para asistencia en el hogar sean iguales en el caso de particulares y empresas.
- Para fomentar la contratación de estos servicios se podrían poner en marcha medidas como desgravación fiscal, uso de instrumentos como el cheque servicio o ayudas de las empresas a sus empleados para contratar servicios de conciliación personal, familiar y laboral a un coste más reducido.
- Para facilitar la creación de empleo en el sector, se podría crear la figura del autoempleado (ejemplo francés), que pueda prestar servicios a empresas y usuarios, cuyos trámites de comienzo de actividad sean simplificados, bastando con notificar su alta a la Administración; con un pago de cuotas a la Seguridad Social e IRPF, únicamente sobre su facturación hasta un volumen de ventas determinado, a partir del cual pasaría al régimen ordinario de cualquier empresa. Esto animaría a muchas personas a emprender una actividad laboral, recibiendo ayuda desde los comienzos y pudiendo ejercer su actividad dentro de la economía formal.
- Para adquirir las habilidades necesarias en trato humano y empatía, se podría trabajar en el desarrollo de planes integrales de formación dirigidos a estos jóvenes desde el Tercer Sector, donde se trabaja con ellos. Esos planes deberían integrar formación específica que trabajase las competencias de relación humana necesarias para el cuidado de personas dependientes.

10.6. Perspectiva de género

El sector de servicios a la persona ha estado hasta hoy bastante feminizado, porque aglutinaba actividades que tradicionalmente han venido realizando las mujeres, como las labores de atención a personas dependientes o de ayuda en el hogar, donde siempre han tenido mucho peso.



En la actualidad, y de cara al futuro, con la aparición de nuevas actividades y servicios en el sector (clases particulares, asistencia informática a domicilio, gestión de los servicios, etc.), la diferencia entre sexos se va a ir equilibrando poco a poco, ya que cada vez se incorporan más hombres a este tipo de actividades, y todas ellas van a poder ser realizadas indistintamente por unos u otras.

Las posibilidades de emprender en cualquiera de estos servicios van a ser las mismas para hombres y para mujeres. Las mujeres cuentan con alguna ventaja por el hecho de que muchas de ellas han realizado este tipo de labores dentro del ámbito familiar –de manera no profesionalizada–, lo que les permitiría utilizar esta experiencia y profesionalizarse como autónomas o creando una empresa. El ámbito rural es muy apropiado para emprender en estas actividades porque existe demanda, pero la oferta es escasa o no resulta fácil de encontrar.



11. CONCLUSIONES

Las conclusiones que se pueden extraer del presente informe apuntan a que:

- Existe un elevado número de jóvenes que no tienen salida en el mercado laboral en un puesto de trabajo por cuenta ajena, y que con apoyo y formación técnica y competencial pueden encontrar en el emprendimiento una salida para la inserción laboral y, en muchos casos, social.
- El empleo y la inserción en el mercado de trabajo a través del emprendimiento no sólo se configura como una fuente de ingresos y con un impacto profundo sobre el desarrollo de la persona, sino que es un paso hacia la inclusión social. Precisamente, teniendo en cuenta que la pobreza y la exclusión social constituyen un problema de carácter multidimensional, la estrategia de inclusión activa pone uno de sus focos en el empleo como mecanismo esencial de inclusión social. Aunar los esfuerzos para la inserción social de los jóvenes en riesgo de exclusión social a través de su acercamiento al mundo laboral, contribuyendo también al objetivo de inserción laboral mediante adecuadas políticas sociales, no sólo es conveniente, sino necesario.
- Los jóvenes presentan un buen conjunto de competencias emprendedoras, especialmente las mujeres, que presentan un buen desarrollo de algunas de las competencias propias de emprendimiento. No obstante, es necesario ahondar en una mayor formación técnica, ofertando y dando cabida a nuevas cualificaciones profesionales que respondan a las necesidades del mercado, y en el desarrollo de competencias profesionales, tales como las relacionadas con la gestión, las finanzas y el marketing, especialmente para aquellos jóvenes en riesgo de exclusión con bajo nivel de cualificación.
- Existen grandes sectores de la economía con fuerte potencial de crecimiento, como el comercio, la economía verde, el turismo, las tecnologías de la información y la comunicación y los servicios a las personas, así como enormes posibilidades de emprendimiento en nichos de negocio muy específicos, muy relacionados en muchos casos con las nuevas tecnologías, la innovación y la creatividad.
- Existen huecos en el mercado laboral en la actualidad y de cara a las nuevas necesidades que van surgiendo en la sociedad, que pueden ser cubiertas con iniciativas emprendedoras de jóvenes que, con la adecuada formación y un asesoramiento adaptado, las desarrollarán con éxito, generando así sus propios puestos de trabajo.
- Es necesaria una actualización constante de los sistemas de formación oficiales para que se ofrezca una oferta formativa adaptada a lo que pide el mercado y a los nuevos yacimientos laborales que van surgiendo.
- El apoyo de la sociedad, que ha experimentado un gran crecimiento durante los últimos años, derivado en gran parte de la crisis económica, y la mayor cultura emprendedora de los jóvenes, junto con la menor aversión al riesgo, está animando los procesos de emprendimiento. En la actualidad existe un buen ecosistema para apoyar el emprendimiento y los procesos emprendedores, derivado tanto desde la Administración pública como desde el Tercer Sector.
- En España, la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016, en su cuarto objetivo, pretende impulsar medidas dirigidas a reducir el desempleo juvenil, potenciando el emprendimiento. Estas medidas son:
 - ❖ Tarifa plana para jóvenes autónomos. Cuota fija en la cotización a la Seguridad Social.
 - ❖ "Emprende con crédito":
 - Compatibilización de la prestación por desempleo con el inicio de una actividad por cuenta propia.

- Ampliación de las posibilidades de aplicación de la capitalización por desempleo.
 - Mejora de la financiación para los autónomos y los emprendedores.
 - ❖ "Emprende con red":
 - Mejora de la red de protección a los autónomos para facilitar una segunda oportunidad.
 - ❖ "Saber emprender":
 - Creación de oficinas de referencia en los servicios públicos de empleo especializadas en el asesoramiento y acompañamiento del nuevo emprendedor.
 - Contrato "GENERACIONES". Incentivo a la contratación de personas con experiencia para su incorporación a nuevos proyectos de emprendimiento joven.
 - ❖ Emprendimiento colectivo:
 - Fomento de la economía social y del emprendimiento colectivo.
 - Desde Europa se está apoyando el emprendimiento con:
 - ❖ La Estrategia Europa 2020, que reconoce la importancia capital del emprendimiento y el trabajo por cuenta propia para lograr un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, y son varias las iniciativas que tratan estos aspectos:
 - Agenda de nuevas cualificaciones y empleos.
 - Juventud en Movimiento: iniciativas sobre educación y empleo.
 - Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social.
 - ❖ El Fondo Social Europeo (FSE), que promueve el emprendimiento a través de servicios de apoyo financiero y a las empresas. Las mujeres empresarias y las personas desfavorecidas y con discapacidades se encuentran entre los destinatarios de este apoyo.
- Estas iniciativas cuentan con la participación de dos redes de aprendizaje:
- Comunidad de Prácticas sobre Emprendimiento Integrador (CoPIE), que abre el emprendimiento a todos los sectores de la sociedad.
 - Red europea de empleo juvenil, en la que se intercambian buenas prácticas de emprendimiento juvenil.
- No obstante, existe la necesidad de mayores fondos de financiación. No es que no existan suficientes fondos, sino que deben fluir y llegar a más gente. No es un problema de cantidad, sino de distribución.
 - Es necesario seguir desarrollando programas de apoyo tanto al inicio del proceso emprendedor como en la fase de implantación y desarrollo del negocio, realizando un seguimiento del mismo durante dos años.



12

12. BIBLIOGRAFÍA

AGENDA DIGITAL (2013). Desarrollo e Innovación del Sector TIC. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

ANALISTAS FINANCIEROS INTERNACIONALES (2013). Retos de Futuro del Sector Turístico Español. Madrid.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE SERVICIOS A LAS PERSONAS (2010). Los servicios a las personas en España. Madrid.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE SERVICIOS A LAS PERSONAS (2010). Informe AESP "Cómo mejorar la calidad de vida y conciliar trabajo/familia en España creando un millón de puestos de trabajo".

BANCA MARCH (2012). Informe del Sector Turístico. Madrid

BARCELONA TREBALL (2013a). Informe Sectorial del Comercio 2013. Barcelona activa. Ajuntament de Barcelona.

BARCELONA TREBALL (2013b). Telecomunicaciones y TIC: Informe sectorial 2013. Barcelona activa. Ajuntament de Barcelona.

BARCELONA TREBALL (2013c). Turismo y Hostelería: Informe sectorial 2013. Barcelona activa. Ajuntament de Barcelona.

DELOITTE (2015). Expectativas 2015: Time to achieve great results. Madrid.

EOI (2011). Green Jobs: Empleo verde en España 2010. Fundación EOI. Madrid.

EOI (2013). Turismo de Salud en España. Fundación EOI. Madrid.

EXCELTUR (2015a). Perspectivas Turísticas: Valoración empresarial del año 2014 y perspectivas para 2015.

EXCELTUR (2015b). Perspectivas Turísticas: Valoración empresarial del primer trimestre, incluida la Semana Santa, y previsión para el segundo trimestre de 2015.

FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD (2010). Empleo Verde en una economía sostenible. Madrid.

FUNDACIÓN ORANGE (2014). eEspaña 2014: Informe anual sobre el desarrollo en la sociedad de la información en España. Pozuelo de Alarcón (Madrid).

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2015). GEM España 2014.

GODÁS L. (2007). La Distribución: Comercio Mayorista y Minorista. Offarm, vol. 26. Núm. 03. Marzo 2007.

HOSTELTUR (2012). Las TIC en el sector turístico. Madrid.

HOSTELTUR (2015). Tendencias del turismo 2015. Madrid.

IET (2015). Presentación sectoriales: Sector electrónica y TIC. Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

INE (2009). Indicadores del Sector TIC. Madrid.

INE (2013). Cuenta Satélite del Turismo de España. Madrid.

INSTITUTO DE FORMACIÓN Y ESTUDIOS SOCIALES (IFES) (2002). Estudio sobre Nuevos Yacimientos de Empleo en el Sector de los Servicios a las Personas Mayores en Andalucía.

JUNTA DE ANDALUCÍA (2013). El Sector Comercial en España y Andalucía. Consejería de Turismo y Comercio. Sevilla.

MENDILUCE M, SÁNCHEZ AB (2012). Empleo: Ideas para una España más Sostenible Creadora de Empleo. Partido Verde Europeo y Fundación EQUO.

ONTSI (2014). Informe Anual del Sector de las Tecnologías de la Información, las Comunicaciones y de los Contenidos en España 2013. Edición 2014. Madrid.

OIT (2012). Hacia el desarrollo sostenible: Oportunidades de trabajo decente e inclusión social en una economía verde. Organización Internacional del Trabajo. Ginebra.

PENTEO-ESADE (2012). Las Tecnologías de la Información en la empresa española 2012. Barcelona.

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO DE LA COMUNIDAD DE MADRID. Estudio Sectorial de Comercio. IRCUAL. Madrid.

SUSTAINLABOUR Y FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD (2012). Empleos Verdes para un desarrollo sostenible: el caso de español. Madrid.

SGAPC (2013). Empleo Verde: Concepto y Tendencias. Revista del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, n.º 6, 2013.

TELEFÓNICA (2014). La Sociedad de la Información en España 2014. Madrid.

The image features a large, bold, blue number '13' in the foreground. The background is a close-up, slightly blurred view of the pages of a book, showing the texture and edges of the paper. The lighting is soft, creating a warm, golden-brown glow on the pages.

13

13. ANEXOS

13.1. Guión de entrevistas a empresas

Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión

13.1.1. Introducción

Este documento contiene el guion de entrevista a celebrar en el marco del estudio realizado para Acción contra el Hambre sobre "Sectores emergentes de emprendimiento de jóvenes en riesgo de exclusión", cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

Asimismo, y con el fin de profundizar en el conocimiento de las competencias necesarias para emprender en su sector, se incluye un cuadro-cuestionario de competencias a valorar por usted siguiendo las oportunas indicaciones, y que le agradeceríamos nos remitiera antes de la entrevista.

En primer lugar, ¿podría verificar y, en su caso, completar la siguiente información?:

Datos generales de la entrevista	
Persona entrevistada	
Organización	
Cargo	
Teléfono de contacto	
Correo electrónico	

Los resultados de su entrevista serán incluidos y publicados en el estudio de Acción contra el Hambre. En ese sentido:

¿Contamos con su **consentimiento** para que aparezca expresamente citado su nombre, apellidos y la entidad en la que trabaja?

☐ Sí

☐ No

13.1.2. Guion de la entrevista

Sobre el sector

1.- Perspectivas generales

- ¿Cuáles cree que son las perspectivas generales y expectativas para el sector en el que trabaja su empresa?
- Brevemente, ¿qué factores explican dicha evolución?

2.- Debilidades y oportunidades

- ¿Cuáles considera que son las principales debilidades o amenazas del sector?
- ¿Y las principales oportunidades o fortalezas del sector?

Sobre las actividades/áreas de negocio y el emprendimiento

3.- Áreas de negocio

- ¿Qué actividades o áreas de negocio emergentes de emprendimiento y con posibilidades de crecimiento detecta en su sector?

4.- Posibilidades de emprendimiento

- ¿Qué posibilidades de emprendimiento para jóvenes detecta en su sector y en las áreas de negocio referidas?
- ¿Y para jóvenes en riesgo de exclusión social?

5.- Formación y competencias profesionales

- En general, ¿qué formación es necesaria para emprender en las áreas de negocio de las que hemos hablado?
- ¿Y qué competencias profesionales? (por ejemplo: idiomas, conocimientos informáticos, otros conocimientos técnicos, etc.)

6.- Obstáculos

- En términos generales, ¿a qué obstáculos se van a enfrentar los jóvenes a la hora de emprender en su sector? (señale al menos 3)
- ¿Se le ocurre qué posibles soluciones articular para superar los obstáculos que ha señalado?

7.- Diferencias entre mujeres y hombres emprendedores

- ¿Cree que existen diferencias entre mujeres y hombres jóvenes a la hora de emprender en su sector? ¿Cuáles? (por ejemplo, en un sector muy masculinizado es probable que las mujeres encuentren dificultades añadidas por el hecho de serlo y tener que romper los estereotipos, y al revés)
- ¿En qué medida hay áreas de emprendimiento más propicias para mujeres u hombres? ¿O son indiferentes?

8.- ¿Quiere añadir algún otro comentario o aportación en este tema?

13.1.3. Competencias profesionales

Respecto a las **competencias profesionales necesarias para emprender en su sector**, le agradeceríamos que completara la siguiente tabla.

Por favor, marque con una X el grado de importancia en una escala de 1 a 5 que usted considere que tienen las siguientes competencias para emprender en su sector, teniendo en cuenta que 1 es muy poco importante y 5 es el mayor grado de importancia.

COMPETENCIAS					
1. AUTOCONFIANZA					
Seguridad en sí mismo/a	1	2	3	4	5
Autoconocimiento	1	2	3	4	5
Autovaloración	1	2	3	4	5
Autonomía	1	2	3	4	5
2. AUTOCONTROL					
Respuesta a situaciones adversas	1	2	3	4	5
3. COMUNICACIÓN					
Comprensión oral y escrita	1	2	3	4	5
Expresión oral y escrita	1	2	3	4	5
Comunicación no verbal	1	2	3	4	5
4. CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y TAREAS					
Cumplimiento de normas	1	2	3	4	5
Cumplimiento de tareas	1	2	3	4	5
5. RAZONAMIENTO MATEMÁTICO					
Razonamiento matemático básico	1	2	3	4	5
6. FLEXIBILIDAD					
Adaptación al cambio	1	2	3	4	5
Aceptación de otros puntos de vista	1	2	3	4	5
7. ACTITUDES					
Motivación					
Seguridad	1	2	3	4	5
Fortaleza	1	2	3	4	5
Optimismo	1	2	3	4	5
Constancia, perseverancia y tenacidad	1	2	3	4	5
Capacidad de hacer frente a la adversidad y sobreponerse	1	2	3	4	5
8. LIDERAZGO, INICIATIVA Y TOMA DE DECISIONES					
Liderazgo					
Sentido de la oportunidad	1	2	3	4	5
Capacidad de detectar necesidades y problemas	1	2	3	4	5
Creatividad e innovación	1	2	3	4	5
Reacción	1	2	3	4	5
Toma de decisiones	1	2	3	4	5
Búsqueda de soluciones	1	2	3	4	5
Enfoque a resultados	1	2	3	4	5
Capacidad de compromiso	1	2	3	4	5
9. CAPACIDAD DE RELACIÓN					
Accesibilidad	1	2	3	4	5
Capacidad de escucha	1	2	3	4	5
Interacción	1	2	3	4	5
Red de contactos	1	2	3	4	5
Capacidad de negociación					
Capacidad de asociación (establecer alianzas)	1	2	3	4	5
Continúa en la siguiente página					

COMPETENCIAS					
10. ORIENTACIÓN AL CLIENTE					
Espíritu comercial (comprar y vender)	1	2	3	4	5
Satisfacción de necesidades y quejas	1	2	3	4	5
Prioridad	1	2	3	4	5
11. GESTIÓN Y EJECUCIÓN					
Capacidad de trabajo	1	2	3	4	5
Planificación					
Capacidad crítica	1	2	3	4	5
Búsqueda de información	1	2	3	4	5
Procesamiento y utilización práctica de la información	1	2	3	4	5
Capacidad de planificación y seguimiento sistemático	1	2	3	4	5
Conocimientos básicos de gestión y finanzas	1	2	3	4	5
Capacidad técnica	1	2	3	4	5
Gestión de personas y equipos	1	2	3	4	5
Gestión del tiempo	1	2	3	4	5

13.2. Guión de entrevistas a entidades del tercer sector

Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión

13.2.1. Introducción

Este documento contiene el **guion de entrevista** a celebrar en el marco del estudio realizado para **Acción contra el Hambre** sobre "Sectores emergentes de emprendimiento de jóvenes en riesgo de exclusión", cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

Asimismo, y con el fin de profundizar en el conocimiento de los condicionantes para emprender, así como de las competencias necesarias para ello, se incluyen sendos cuadros a valorar por usted.

En primer lugar, **¿podría verificar y, en su caso, completar la siguiente información?**

Datos generales de la entrevista	
Persona entrevistada	
Organización	
Cargo	
Teléfono de contacto	
Correo electrónico	

Los resultados de su entrevista serán incluidos y publicados en el estudio de Acción contra el Hambre. En ese sentido:

¿Contamos con su **consentimiento** para que aparezca expresamente citado su nombre, apellidos y la entidad en la que trabaja?

☐ Sí

☐ No

13.2.2. Guión de la entrevista

Experiencia de la entidad en emprendimiento

- 1.- Desde la experiencia de su entidad en el trabajo en el ámbito del emprendimiento con jóvenes, ¿qué **percepción general** tiene acerca de lo que supone trabajar con este objetivo?
- 2.- En general, ¿qué tipo de **proyectos, iniciativas o acciones** se llevan a cabo en el marco de su entidad con el propósito de apoyar y acompañar a la juventud en riesgo para que emprenda?
- 3.- ¿Qué **necesidades específicas** presentan los **jóvenes** en riesgo respecto a los jóvenes en general?
- 4.- ¿Existen diferencias entre mujeres y hombres?
- 5.- Y desde su punto de vista, ¿cuáles cree que son las **claves del éxito** de su intervención?

El emprendimiento de los y las jóvenes

- 6.- Según su experiencia, ¿en qué **áreas de negocio están emprendiendo** los jóvenes en riesgo de exclusión?
- 7.- Y en los sectores definidos con potencial en el contexto de este trabajo, que son:
 - economía verde,
 - turismo,
 - comercio,
 - servicios a las personas
 - y servicios TIC,

¿en qué **áreas de negocio**, según su experiencia, pueden emprender estos jóvenes?

Obstáculos y debilidades para emprender

- 8.- ¿A qué **obstáculos** se enfrenta la juventud, en general, a la hora de emprender?
- 9.- ¿Y los jóvenes en **riesgo de exclusión**?

Competencias para emprender

- 10.- ¿Qué **déficits** o carencias presentan los jóvenes en cuanto al conjunto de **competencias**?
- 11.- ¿Qué **obstáculos** creen que se encuentran los jóvenes a la hora de **adquirir las competencias** necesarias para emprender?
- 12.- ¿**Cómo trabaja su entidad** para fortalecer las competencias?
- 13.- ¿Qué cree que es **necesario** para **mejorar las competencias** de estos jóvenes para emprender?
- 14.- ¿Y **qué acciones** se podrían llevar a cabo con tal fin?

13.2.3. Condicionantes para emprender

Respecto a los **condicionantes para emprender**, le agradeceríamos que completara la siguiente tabla.

En el siguiente cuadro se presentan un conjunto de posibles condicionantes o barreras de cara al emprendimiento. ¿Podría definir en qué grado son condicionantes a la hora de emprender en una escala de nada, poco, medio y mucho?

CONDICIONANTES	¿En qué grado es un condicionante?			
	Nada	Poco	Medio	Mucho
PROFESIONALES				
Titulación educativa				
Experiencia laboral en el sector				
Experiencia en emprendimiento				
PERSONALES				
Sexo (ser mujer u hombre)				
Edad				
Tener discapacidad				
No gozar de buena salud				
Pertenecer a un grupo étnico				
Tener personas dependientes a cargo (menores, ascendientes, etc.)				
Tener apoyo del entorno				
Tener disponibilidad de tiempo				
Disponer de permisos de trabajo				
Conocer la lengua castellana				
Prácticas religiosas o culturales arraigadas				
Tener vivienda digna				
Tener motivación				
Tener cuidado e imagen personal				
Tener propensión al riesgo				
Tener acceso a recursos locales				
No realizar un buen análisis de las causas de los éxitos y los fracasos				
Disponer de ingresos para cubrir las necesidades básicas durante la fase inicial del negocio				
No obtener o poseer recursos para emprender				

13.2.4. Competencias profesionales

Respecto a las competencias profesionales necesarias para emprender en su sector, le agradeceríamos que completara la siguiente tabla.

Marque con una X el grado de importancia de 1 a 5 que usted considere como adecuado en relación con las siguientes competencias, teniendo en cuenta que 1 es muy poco importante y 5 es el mayor grado de importancia.

COMPETENCIAS					
1. AUTOCONFIANZA					
Seguridad en sí mismo/a	1	2	3	4	5
Autoconocimiento	1	2	3	4	5
Autovaloración	1	2	3	4	5
Autonomía	1	2	3	4	5
2. AUTOCONTROL					
Respuesta a situaciones adversas	1	2	3	4	5
3. COMUNICACIÓN					
Comprensión oral y escrita	1	2	3	4	5
Expresión oral y escrita	1	2	3	4	5
Comunicación no verbal	1	2	3	4	5
4. CUMPLIMIENTO DE NORMAS Y TAREAS					
Cumplimiento de normas	1	2	3	4	5
Cumplimiento de tareas	1	2	3	4	5
5. RAZONAMIENTO MATEMÁTICO					
Razonamiento matemático básico	1	2	3	4	5
6. FLEXIBILIDAD					
Adaptación al cambio	1	2	3	4	5
Aceptación de otros puntos de vista	1	2	3	4	5
7. ACTITUDES					
Motivación					
Seguridad	1	2	3	4	5
Fortaleza	1	2	3	4	5
Optimismo	1	2	3	4	5
Constancia, perseverancia y tenacidad	1	2	3	4	5
Capacidad de hacer frente a la adversidad y sobreponerse	1	2	3	4	5
Continúa en la siguiente página					

COMPETENCIAS					
8. LIDERAZGO, INICIATIVA Y TOMA DE DECISIONES					
Liderazgo					
Sentido de la oportunidad	1	2	3	4	5
Capacidad de detectar necesidades y problemas	1	2	3	4	5
Creatividad e innovación	1	2	3	4	5
Reacción	1	2	3	4	5
Toma de decisiones	1	2	3	4	5
Búsqueda de soluciones	1	2	3	4	5
Enfoque a resultados	1	2	3	4	5
Capacidad de compromiso	1	2	3	4	5
9. CAPACIDAD DE RELACIÓN					
Accesibilidad	1	2	3	4	5
Capacidad de escucha	1	2	3	4	5
Interacción	1	2	3	4	5
Red de contactos	1	2	3	4	5
Capacidad de negociación					
Capacidad de asociación (establecer alianzas)	1	2	3	4	5
10. ORIENTACIÓN AL CLIENTE					
Espíritu comercial (comprar y vender)	1	2	3	4	5
Satisfacción de necesidades y quejas	1	2	3	4	5
Prioridad	1	2	3	4	5
11. GESTIÓN Y EJECUCIÓN					
Capacidad de trabajo	1	2	3	4	5
Planificación					
Capacidad crítica	1	2	3	4	5
Búsqueda de información	1	2	3	4	5
Procesamiento y utilización práctica de la información	1	2	3	4	5
Capacidad de planificación y seguimiento sistemático	1	2	3	4	5
Conocimientos básicos de gestión y finanzas	1	2	3	4	5
Capacidad técnica	1	2	3	4	5
Gestión de personas y equipos	1	2	3	4	5
Gestión del tiempo	1	2	3	4	5
Muchas gracias por su colaboración					

13.3. PLAN DE TRABAJO DEL GRUPO DE TRABAJO

13.3.1. Grupo de trabajo de personas expertas de estudio de Acción contra el Hambre "Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión"

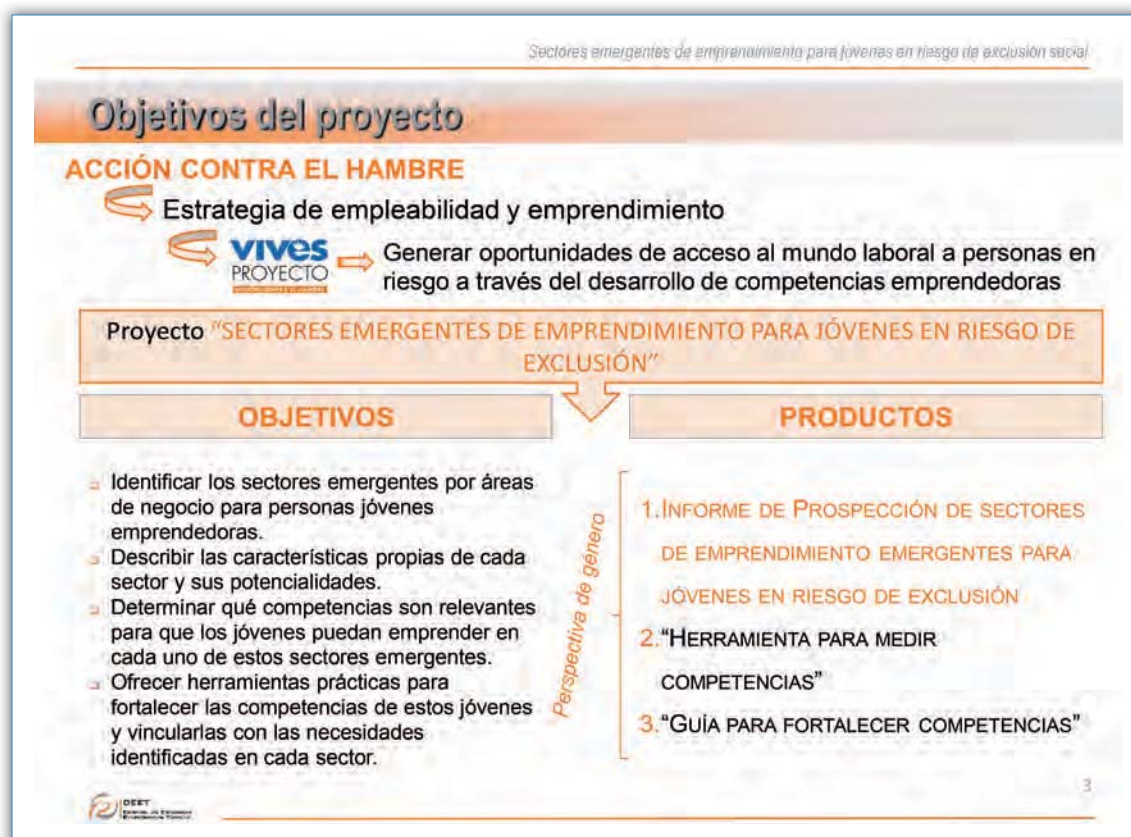
Lugar de celebración: Fundación Tomillo, calle Serrano, 136. Madrid

Fecha y hora de celebración: 3 de marzo de 2015, de 10:00 a 13:15 horas

PLAN DE TRABAJO	
10:00-10:10	Presentación de las personas asistentes
10:10-11:05	Discusión 1: Definición del colectivo "jóvenes en riesgo de exclusión" y sus características de cara al emprendimiento
11:05-11:15	Pausa-café
11:15-12:30	Discusión 2: Debate y consenso sobre los sectores emergentes
12:30-13:15	Discusión 3: Obstáculos y limitaciones de los jóvenes en riesgo de exclusión ante el emprendimiento en esos sectores

13.4. DOCUMENTO DE PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO Y DE REFLEXIÓN ENVIADO AL GRUPO DE TRABAJO





Contexto y definición del colectivo

51

Definición del colectivo

¿QUIÉNES SON LOS Y LAS JÓVENES EN RIESGO DE EXCLUSIÓN SOCIAL?

Atendiendo a las premisas definidas por Acción contra el Hambre y que se concretan a priori en:

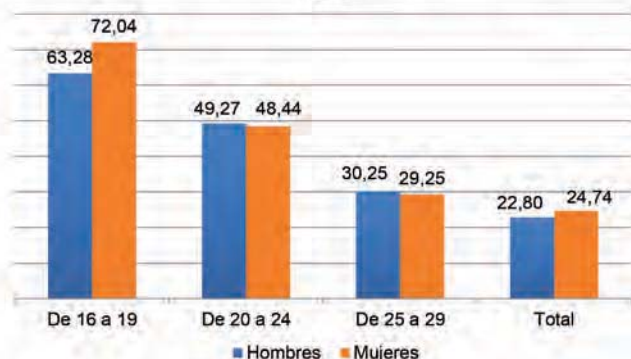
- Jóvenes menores de 30 años en caso de ser hombres y menores de 35 años en caso de ser mujeres.
- Jóvenes con un nivel formativo menor al universitario.
- Jóvenes en situación de desempleo, con especial atención a las situaciones de desempleo de larga duración y a aquellas en las que se producen continuas entradas y salidas del mercado laboral.
- Jóvenes que ven agravada su situación personal debido al contexto en el que viven y que dificulta todavía más su inserción socio laboral.

- ✓ ¿Es acertada esta definición?
- ✓ ¿Faltan o sobran perfiles?
- ✓ ¿Qué impacto tiene cada perfil en los sectores con oportunidades de emprendimiento?

52

Algunos datos de contexto

Tasa de desempleo masculina y femenina en el 2014



Fuente: Encuesta de Población Activa, INE 2014.

- Existe una diferencia entre mujeres y hombres en el desempleo de jóvenes de entre 16 y 19 años, siendo las mujeres las más perjudicadas.
- En el resto de tramos de edad joven existe cierta convergencia (como máximo una diferencia de un punto porcentual).

- ✓ La actitud frente al emprendimiento tiene sesgos de género ¿también en el caso de los y las jóvenes en riesgo de exclusión?
- ✓ ¿Qué sectores emergentes podrían ser un nicho de mercado?

Definición del colectivo

¿QUIÉNES SON LOS Y LAS JÓVENES EN RIESGO DE EXCLUSIÓN SOCIAL?

Atendiendo a las premisas definidas por Acción contra el Hambre y que se concretan a priori en:

- Jóvenes menores de 30 años en caso de ser hombres y menores de 35 años en caso de ser mujeres.
- Jóvenes con un nivel formativo menor al universitario.
- Jóvenes en situación de desempleo, con especial atención a las situaciones de desempleo de larga duración y a aquellas en las que se producen continuas entradas y salidas del mercado laboral.
- Jóvenes que ven agravada su situación personal debido al contexto en el que viven y que dificulta todavía más su inserción socio laboral.

- ✓ ¿Es acertada esta definición?
- ✓ ¿Faltan o sobran perfiles?
- ✓ ¿Qué impacto tiene cada perfil en los sectores con oportunidades de emprendimiento?

Ejercicio de prospección cuantitativa: metodología y resultados

9

Metodología del ejercicio de prospección cuantitativa (I)

Objetivo general

Identificar las actividades económicas (CNAE 2d) y las ocupaciones (CNO 1d) que, de la comparación con el nivel de empleo juvenil (20-30 años) relativo existente en otros países europeos, pudieran generar más empleo que el de los niveles actuales.

Enfoque metodológico

1. Análisis comparado del empleo joven en España con una **selección de 10 países europeos** "similares", en términos de especialización productiva y PIB per cápita, aunque con mejores resultados de empleo.
2. Doble ejercicio: **análisis del empleo** tanto en **general** (y bajo la premisa de que no es preciso condicionar a priori el tipo de empleo: cuenta ajena y propia) y específicamente por cuenta propia, **autoempleo**.
3. Estudio por **combinaciones de actividad económica-ocupaciones**, para matizar, en términos de cualificaciones, el potencial de creación de empleo.
4. Uso del indicador "**intensidad de empleo**", que relaciona el empleo en una ocupación o actividad con el tamaño de la población, como proxy de la tasa de empleo de actividades económicas/ocupaciones. Permite identificar actividades económicas/ocupaciones con menos intensidad que los 10 países (potencial de creación de empleo) y con más intensidad (especialización productiva de España, que indica o ventaja competitiva o necesidad de destrucción de empleo).

Resultados

1. Identificación de las **combinaciones CNAE-CNO** con mayor potencial de creación de empleo en general y la distribución en cuenta ajena y propia (en función de cómo se distribuye en España)
2. Identificación de las **combinaciones CNAE-CNO** con mayor potencial de creación de autoempleo (sólo considerando el autoempleo de los países europeos de referencia).
3. Sesgo de género.

Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión social

Resultados del ejercicio de prospección cuantitativa (I)

Distribución según la EPA

Actividad	Ocupación	Potencial empleo total	Potencial empleo total por act.	% Cuenta ajena	% Cuenta propia
Actividades sanitarias	Técnicos; profesionales de apoyo	79.236	105.236	94%	6%
	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	17.808		100%	0%
	Ocupaciones elementales	8.192		100%	0%
Actividades de construcción especializada	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y	78.224	95.615	59%	41%
	Técnicos; profesionales de apoyo	9.970		89%	11%
	Operadores de instalaciones y maquinaria, y montadores	7.422		74%	26%
Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria	Técnicos; profesionales de apoyo	43.643	77.963	100%	0%
	Empleados contables, administrativos y otros	21.174		100%	0%
	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	13.145		100%	0%
Educación	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	39.083	65.640	96%	4%
	Técnicos; profesionales de apoyo	13.535		94%	6%
	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	13.022		94%	6%
Asistencia en establecimientos residenciales	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	37.758	64.347	100%	0%
	Técnicos; profesionales de apoyo	19.606		98%	2%
	Ocupaciones elementales	6.983		100%	0%
Actividades de servicios sociales sin alojamiento	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	33.382	58.006	94%	6%
	Técnicos; profesionales de apoyo	13.879		98%	2%
	Ocupaciones elementales	10.735		100%	0%
Servicios financieros, excepto seguros y fondos de pensiones	Empleados contables, administrativos y otros	24.217	42.712	100%	0%
	Técnicos; profesionales de apoyo	10.175		100%	0%
	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	8.320		98%	2%
Construcción de edificios	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y	23.577	32.248	67%	33%
	Técnicos; profesionales de apoyo	8.670		81%	19%
Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y	21.142	29.330	78%	22%
	Técnicos; profesionales de apoyo	8.189		91%	9%
Comercio al por menor excepto de vehículos de motor y motocicletas	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	20.686	49.341	68%	32%
	Técnicos; profesionales de apoyo	16.214		78%	22%
	Empleados contables, administrativos y otros	12.441		98%	2%

Combinaciones con mayor potencial de creación de empleo total joven en general y distribución por cuenta ajena/propia (según EPA)

• Las actividades que mayor potencial tienen son: Actividades sanitarias, Actividades de construcción especializada, Administración Pública y defensa; Seguridad Social obligatoria, Educación, Asistencia en establecimientos residenciales, Actividades de servicios sociales sin alojamiento y Servicios financieros, excepto seguros y fondo de pensiones.

• La mayor parte del potencial de creación se traduce en empleo por cuenta ajena mientras que el porcentaje de por cuenta propia está muy limitado.

• Destacamos dos grandes combinaciones: técnicos; profesionales de apoyo en el sector de Actividades sanitarias y el de artesanos y trabajadores cualificados de las industrias manufactureras en Actividades de construcción especializada.

Fuente: elaboración propia a partir de la LFS, Eurostat y EPA, INE ¹¹

Resultados del ejercicio de prospección cuantitativa (II)

Actividad	Ocupación	Total Potencial autoempleo	Potencial Autoempleo o por Actividad	% autoempleo sobre total de activ.	Potencial autoempleo "masculino"	Potencial autoempleo "femenino"
Actividades de construcción especializada	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y la construcción	31.884	35.980	41%	31.691	192
	Operadores de instalaciones y maquinaria, y montadores	1.908		26%	1.908	-
	Técnicos; profesionales de apoyo	1.141		11%	1.094	47
	Directores y gerentes	1.047		69%	715	332
Construcción de edificios	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y la construcción	7.766	10.890	33%	7.766	-
	Técnicos; profesionales de apoyo	1.650		19%	1.514	136
	Directores y gerentes	1.474		89%	1.397	77
	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	6.537	16.351	32%	2.945	3.592
Comercio al por menor excepto de vehículos de motor y motocicletas	Directores y gerentes	4.345		71%	2.594	1.751
	Técnicos; profesionales de apoyo	3.578		22%	2.592	986
	Artesanos y trabajadores cualificados de las industrias manufactureras y la construcción	1.892		29%	1.720	173
	Técnicos; profesionales de apoyo	5.630	5.630	61%	3.480	2.149
Actividades inmobiliarias	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	5.505	5.505	50%	4.422	1.083
Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos	Trabajadores cualificados en el sector agrícola, ganadero, forestal y pesquero	5.371	5.371	78%	4.080	1.291
Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con las mismas	Operadores de instalaciones y maquinaria, y montadores	5.243	5.243	31%	5.042	201
Transporte terrestre y por tubería	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	4.925	6.024	57%	3.456	1.469
Actividades de creación, artísticas y espectáculos	Técnicos; profesionales de apoyo	1.099		53%	495	604
Actividades sanitarias	Técnicos; profesionales de apoyo	4.795	4.795	6%	3.306	1.490
Actividades jurídicas y de contabilidad	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	4.751	6.950	72%	2.848	1.904
	Técnicos; profesionales de apoyo	2.198		14%	1.228	970
Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y la construcción	4.651	5.394	22%	4.587	64
	Técnicos; profesionales de apoyo	743		9%	698	45

Combinaciones con mayor potencial de creación de autoempleo y distribución por sexo (según la distribución de la EPA)

• Si se toman los resultados del potencial de creación ordenados por el potencial de autoempleo, la situación anterior cambia. Las actividades más importantes son: **Actividades de construcción especializada, Construcción de edificios, Comercio al por menor, Actividades inmobiliarias, Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería y Agricultura, ganadería, caza y servicios relacionados con las mismas entre muchas otras.**

• Al distribuir estos resultados por sexo, se observa que el colectivo de mujeres tiene menos oportunidades para entrar en estos sectores por razones de segregación horizontal y ocupacional. De hecho, en las actividades que más potencial existe, el peso que posee el grupo de mujeres es muy reducido.

Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión social

Resultados del ejercicio de prospección cuantitativa (III)

Actividad	Ocupación	Total Potencial autoempleo	Potencial Autoempleo por Actividad	% autoempleo sobre total de activ.	Potencial autoempleo "masculino"	Potencial autoempleo "femenino"
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	3.544	6.932	25%	2.646	897
	Técnicos; profesionales de apoyo	2.468		25%	1.985	483
	Directores y gerentes	920		62%	743	177
Industria de la alimentación	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	2.332	2.332	26%	56	2.276
Otros servicios personales	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	2.199	2.199	52%	475	1.723
Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	2.130	4.949	28%	1.861	269
	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y la construcción	1.658		29%	1.639	19
	Técnicos; profesionales de apoyo	595		15%	518	77
	Directores y gerentes	566		69%	425	141
Servicios de comidas y bebidas	Directores y gerentes	2.073	3.498	73%	1.459	614
	Técnicos; profesionales de apoyo	1.425		13%	501	924
Actividades de servicios sociales sin alojamiento	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	2.069	2.069	6%	456	1.613
Actividades auxiliares a los servicios financieros y a los seguros	Técnicos; profesionales de apoyo	1.958	1.958	36%	1.493	465
Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	1.888	1.888	10%	1.766	121
Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	1.806	3.322	46%	1.116	690
	Técnicos; profesionales de apoyo	1.516		56%	1.085	431
Fabricación de muebles	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y la construcción	1.783	1.783	40%	1.697	86
Industria de la madera y del corcho, excepto muebles; cestería y espartería	Artesanos y trabajadores cualificados ind. manufactureras y la construcción	1.578	1.578	36%	1.542	35
Educación	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	1.503	3.109	4%	576	927
	Trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores	838		6%	662	176
	Técnicos; profesionales de apoyo	769		6%	376	393

Combinaciones con mayor potencial de creación de autoempleo y distribución por sexo

- Hay, sin embargo, sectores que está feminizados como trabajadores de los servicios de restauración, personales, protección y vendedores (en las actividades de Comercio al por menor, Industria de la alimentación, Otros servicios personales, Actividades de servicios sociales sin alojamiento y Otras industrias manufactureras) y en la actividad Educación.

Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión social

Resultados del ejercicio de prospección cuantitativa (V)

ACTIVIDADES Y OCUPACIONES CON MAYOR POTENCIAL DE EMPLEO EN GENERAL

Actividades sanitarias	Técnicos; profesionales de apoyo
Actividades de construcción especializada	Artesanos y trabajadores cualificados / Técnicos; prof. de apoyo
Administración Pública y defensa, Seguridad Social Ob.	Técnicos; profesionales de apoyo
Educación	Técnicos; profesionales de apoyo/Trabajadores serv. Restauración Técnicos y profesionales científicos e intelectuales
Asistencia en establecimientos residenciales	Técnicos; profesionales de apoyo/Trabajadores serv. Restauración
Actividades de servicios sociales sin alojamiento	Técnicos; profesionales de apoyo/Trabajadores serv. Restauración
Serv. financieros, excepto seguros y fondo de pensiones	Empleados contables, adm. / Técnicos y profesionales científicos e intelec.

ACTIVIDADES CON MAYOR POTENCIAL DE AUTOEMPLEO

Actividades de construcción especializada	Artesanos y trabajadores cualificados / Operad/ instaladores de maquinaria
Construcción de edificios	Artesanos y trabajadores cualificados / Técnicos; prof. de apoyo
Comercio al por menor	Trabajadores serv. restauración, personales, protección, vendedores Técnicos; prof. de apoyo
Actividades inmobiliarias	Técnicos; prof. de apoyo
Agricultura, ganadería, caza	Trabajadores cualificados en el sector agrícola
Transporte terrestre y por tubería	Operadores de instalaciones y maquinaria
Actividades sanitarias	Técnicos; prof. de apoyo
Actividades jurídicas y de contabilidad	Técnicos; prof. de apoyo
Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria	Artesanos y trabajadores cualificados
Comercio al por mayor/ intermediarios de comercio	Trabajadores serv. restauración, personales, protección, vendedores



Sectores emergentes de emprendimiento para jóvenes en riesgo de exclusión social

Resultados del ejercicio de prospección cuantitativa (VI)

ACTIVIDADES CON MAYOR POTENCIAL DE AUTOEMPLEO "FEMENINO"

Comercio al por menor	Trabajadores serv. restauración, personales, protección, vendedores
Actividades inmobiliarias	Técnicos; prof. de apoyo
Industria de la alimentación	Trabajadores serv. restauración, personales, protección, vendedores
Otros servicios personales	Trabajadores serv. restauración, personales, protección, vendedores
Actividades de servicios sociales sin alojamiento	Trabajadores serv. restauración, personales, protección, vendedores
Otras industrias manufactureras	Técnicos y profesionales científicos e intelectuales
Actividades sanitarias	Técnicos; prof. de apoyo
Agricultura, ganadería, caza	Trabajadores cualificados

Cuestiones para el debate

16

Cuestiones para el debate (I)

Pregunta	Respuesta más acorde según su criterio
¿CONCEPTO DE JÓVENES EN RIESGO DE EXCLUSIÓN?	
Se parte de este concepto inicial ¿Creéis que es acertado?	
¿Sobran o faltan algunos perfiles?	
EL EMPRENDIMIENTO COMO SALIDA	
Se plantea el emprendimiento como una salida para estos/as jóvenes pero ¿todos los perfiles parten de las mismas condiciones?	
En general, ¿qué características se pueden señalar que diferencie a este colectivo de otros en materia de emprendimiento?	
¿Creéis que las mujeres jóvenes tiene más dificultades a la hora de emprender?, ¿por qué?	
¿Existen unas características determinadas del emprendimiento en este colectivo que condicionen los sectores nichos de emprendimiento? ¿cuáles?	

Cuestiones para el debate (II)

Pregunta	Respuesta más acorde según su criterio
----------	--

SECTORES ECONÓMICOS NICHOS DE EMPRENDIMIENTO

De los sectores detectados ¿cuáles creéis que son acertados para el emprendimiento de estos/as jóvenes?

Otros sectores económicos y ocupaciones en los que creáis que existen oportunidades para este colectivo

OBSTÁCULOS

¿Cuáles son los principales problemas y obstáculos para este grupo de jóvenes a la hora de iniciar un negocio en general?

¿Y en los sectores señalados?

¿Y a qué limitaciones se han de enfrentar?



14. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1. Distribución por edad de las personas emprendedoras en España en 2014.....	15
Figura 2. Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en España 2014.....	16
Figura 3. Distribución de los colectivos emprendedores en España en 2014 según si cuentan con educación específica para emprender	17
Figura 4. Distribución por género de las personas emprendedoras en España en 2014	18
Figura 5. Índice de actividad emprendedora y distribución por sexo y causa de emprendimiento. Año 2012.....	20
Figura 6. Esquema general de la investigación	24
Figura 7. Metodología de trabajo del desarrollo de la investigación.....	25
Figura 8. Tasa de empleo juvenil de 15-64 años. España y países seleccionados. Año 2013	29
Figura 9. Tasa de empleo juvenil entre 20 y 29 años. España y países seleccionados. Año 2013	30
Figura 10. Potencial de creación de empleo total para el conjunto de sectores seleccionados (comercio, economía verde, turismo, TIC y servicios a las personas) y potencial de creación de empleo por cuenta propia para jóvenes menores de 29 años.....	49
Figura 11. Estructura del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.....	51
Figura 12. Definición del sector comercio: subsectores económicos que lo integran	60
Figura 13. Definición del sector economía verde: subsectores económicos que lo integran.....	73
Figura 14. Definición del sector TIC y contenidos digitales: subsectores económicos que lo integran	92
Figura 15. Definición del sector turismo: subsectores económicos que lo integran.....	11
Figura 16. Actividades o subsectores que conforman el sector servicios a las personas	132
Figura 17. Nichos de negocio del sector servicios a las personas.....	142

Tabla 1.	
Personas expertas participantes en el grupo focal desarrollado en el marco del estudio.....	25
Tabla 2.	
Personas expertas participantes en las entrevistas individualizadas en el marco del estudio.....	27
Tabla 3.	
Potencial de creación de empleo por grandes grupos de ocupaciones para jóvenes entre 20 y 29 años (ISCO 1 dígito)	36
Tabla 4.	
Potencial de creación de empleo por grandes grupos de actividades para jóvenes entre 20 y 29 años (NACE 1 dígito).....	39
Tabla 5.	
Las 50 combinaciones de ocupación y actividad económica a dos dígitos ISCOD y NACE, respectivamente, con mayor potencial de creación de empleo neto ordenadas según la ocupación.	41
Tabla 6.	
Las 50 combinaciones de ocupación y actividad económica a dos dígitos ISCOD y NACE, respectivamente, con mayor potencial de creación de empleo neto ordenadas según la actividad.	43
Tabla 7.	
Selección de sectores emergentes según las diferentes fuentes de información analizadas.	47
Tabla 8.	
Porcentajes de empleo por cuenta propia de los jóvenes menores de 35 años, según sector económico.....	49
Tabla 9.	
Síntesis de resultados sobre el potencial de creación de empleo joven en España.	50
Tabla 10.	
Cualificaciones profesionales transversales en emprendimiento.....	54
Tabla 11.	
Cualificaciones profesionales y competencias asociadas.....	55
Tabla 12.	
Clasificación Nacional de Actividades Económicas de Comercio.....	60
Tabla 13.	
Distribución territorial del empleo del Sector Economía Verde por Comunidades Autónomas. Datos de segundo trimestre de 2014.....	78
Tabla 14.	
El empleo juvenil (menores de 35 años) del Sector Economía Verde. Datos de segundo trimestre de 2014.	79
Tabla 15.	
Datos económicos del sector comercio y de su peso en el conjunto de la economía española	63
Tabla 16.	
Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector comercio para jóvenes en riesgo de exclusión	67

Tabla 17.	
Competencias técnicas asociadas al sector comercio: área de gestión comercial	71
Tabla 18.	
Actividades de economía verde en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas	76
Tabla 19.	
Distribución territorial del empleo del Sector Economía Verde por Comunidades Autónomas. Datos de segundo trimestre de 2014.....	78
Tabla 20.	
El empleo juvenil (menores de 35 años) del Sector Economía Verde. Datos de s egundo trimestre de 2014.....	79
Tabla 21.	
Creación de empleos verdes	80
Tabla 22.	
Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector de la Economía Verde para jóvenes en riesgo de exclusión	84
Tabla 23.	
Competencias técnicas asociadas a la economía verde	87
Tabla 24.	
Clasificación Nacional de Actividades Económicas Servicios TIC	93
Tabla 25.	
Distribución territorial del empleo del sector TIC por comunidades autónomas. Datos del segundo trimestre de 2014.....	94
Tabla 26.	
El empleo juvenil (menores de 35 años) del sector TIC. Datos del segundo trimestre de 2014.....	95
Tabla 27.	
Datos económicos del sector TIC y de su peso en el conjunto de la economía española	96
Tabla 28.	
Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector de las TIC para jóvenes en riesgo de exclusión	103
Tabla 29.	
Competencias técnicas asociadas al sector TIC.....	105
Tabla 30.	
Actividades de turismo en la Clasificación Nacional de Actividades Económicas	110
Tabla 31.	
Distribución territorial del empleo del sector turismo por comunidades autónomas. Datos del segundo trimestre de 2014.....	112
Tabla 32.	
El empleo juvenil (menores de 35 años) del sector turismo. Datos de segundo trimestre de 2014.....	113
Tabla 33.	
Datos económicos del sector turismo y de su peso en el conjunto de la economía española	114

Tabla 34.

Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector del turismo para jóvenes en riesgo de exclusión..... 122

Tabla 35.

Competencias técnicas asociadas al sector turismo 125

Tabla 36.

Clasificación Nacional de Actividades Económicas en servicios a las personas..... 132

Tabla 37.

Distribución territorial del empleo del sector servicios a las personas por comunidades autónomas. Datos del segundo trimestre de 2014..... 135

Tabla 38.

El empleo juvenil (menores de 35 años) del sector servicios a las personas. Datos del segundo trimestre de 2014..... 136

Tabla 39.

Datos económicos del sector servicios a las personas y de su peso en el conjunto de la economía española..... 136

Tabla 40.

Potenciales nichos de negocio emergentes en el sector de los servicios a las personas para jóvenes en riesgo de exclusión..... 140

Tabla 41.

Competencias técnicas asociadas al sector servicios a las personas..... 144



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
Invierte en tu futuro

Financiado por:

Fondo Social Europeo, dentro del Programa Operativo de Lucha contra la Discriminación 2007-2013