

4. Estudio desagregado de los servicios avanzados a las empresas del Principado de Asturias por ramas de actividad

Una vez analizado el sector de servicios avanzados a las empresas en Asturias de modo general, conviene realizar un estudio más desagregado. Así, se han dividido las empresas encuestadas en cinco grupos en función de la rama de actividad²⁷: informática y nuevas tecnologías de la información; asesoría y gestión empresarial avanzada; recursos humanos, ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales; y diseño, publicidad y comunicación.

El esquema seguido en el análisis de cada una de estas ramas es básicamente el mismo que se ha utilizado en el estudio general. Se comienza con la descripción de la ubicación y las razones de la misma. En segundo lugar, se estudia la evolución de la facturación y de las ventas de las empresas, así como del número de empleados. Se continúa con el análisis de las ventajas de los competidores. Por último, se hace referencia a la gestión empresarial, en cuanto aspectos tales como la inversión en planificación de estrategias o en captación de nuevos clientes, cooperación empresarial y proyectos de I+D+I. El hecho de que se haya buscado un estricto paralelismo en la exposición agregada y la de cada una de las ramas consideradas posibilita que se puedan establecer comparaciones entre ellas y con respecto al total.

4.1. Informática y nuevas tecnologías de la información: una rama competitiva y en crecimiento

Del total de empresas encuestadas, un 20 por ciento corresponde a la rama que hemos denominado como informática y nuevas tecnologías de la informa-

²⁷ Esta división respeta en esencia la clasificación propuesta en el primer apartado aunque se agrupan en algún caso para evitar las indefiniciones de algunas empresas y porque los propios resultados obtenidos así lo aconsejan.

CUADRO N.º 14
Caracterización de las empresas de la rama informática y nuevas tecnologías de la información (1998, 1999 y 2000)

	1998	1999	2000	Variación 98-00%
Facturación media (miles de euros)	488	688	997	104,30
Número medio de empleados	11,3	14,4	18,4	62,83
Porcentaje de titulados superiores	56,1	56,5	54,7	-2,49
Porcentaje de mujeres	30,1	31,6	29,8	-0,99

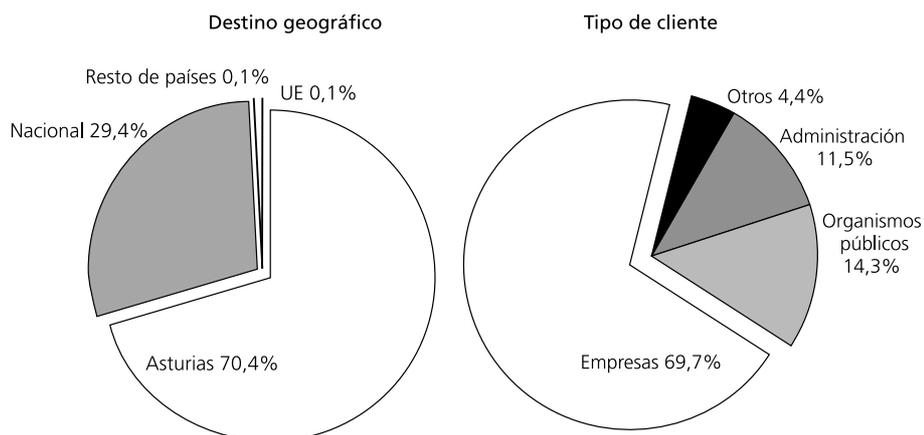
Fuente: elaboración propia.

ción. Este es el grupo de servicios avanzados con mayores perspectivas de crecimiento futuro y en el que surgen nuevas actividades de un modo casi continuo. En principio se engloban bajo este epígrafe todas las empresas dedicadas a la implantación de sistemas informáticos, programación, asesoría técnica en aspectos informáticos y de comunicaciones y diseño e implementación de páginas web, portales en internet, redes de trabajo u otro tipo de sistemas relacionados con las nuevas tecnologías de la información. Son entidades de reciente creación aunque existen algunas firmas con una experiencia más dilatada. La edad media de esta rama es de 10 años. En la mayoría de los casos son firmas de propiedad regional y sólo en 3 de estas empresas existe capital de procedencia no regional aunque, en esos casos, el capital regional sigue siendo el mayoritario. Únicamente dos de las empresas encuestadas son delegaciones regionales de otras empresas implantadas a nivel nacional o internacional mientras que el resto tienen a Asturias como la sede central de sus operaciones. Un 20 por ciento de estas empresas que son sede central tienen delegaciones en otras comunidades autónomas, principalmente en Madrid y Barcelona, pero también en provincias geográficamente cercanas tales como el País Vasco o León.

Más de tres cuartas partes de estas empresas se ubican en un núcleo urbano (un 77,1 por ciento). El resto se localizan en parques tecnológicos (un 14,3 por ciento) y en polígonos industriales (un 8,6 por ciento). La razón que más ha influido en la localización de las empresas es que el lugar elegido sea estratégico, en el sentido de que desde cualquier punto de la región se tenga fácil acceso al mismo. La importancia del acceso también se refleja en el hecho de que la segunda razón más valorada sea la proximidad con los clientes.

Un 45,5 por ciento pertenece a alguna asociación. La mayoritaria es FADE a la que siguen el Club Asturiano de la Innovación y el Club Asturiano de la Calidad.

GRÁFICO N.º 36
Estructura de las ventas de las empresas asturianas de la rama informática y nuevas tecnologías de la información (2000)



Fuente: elaboración propia.

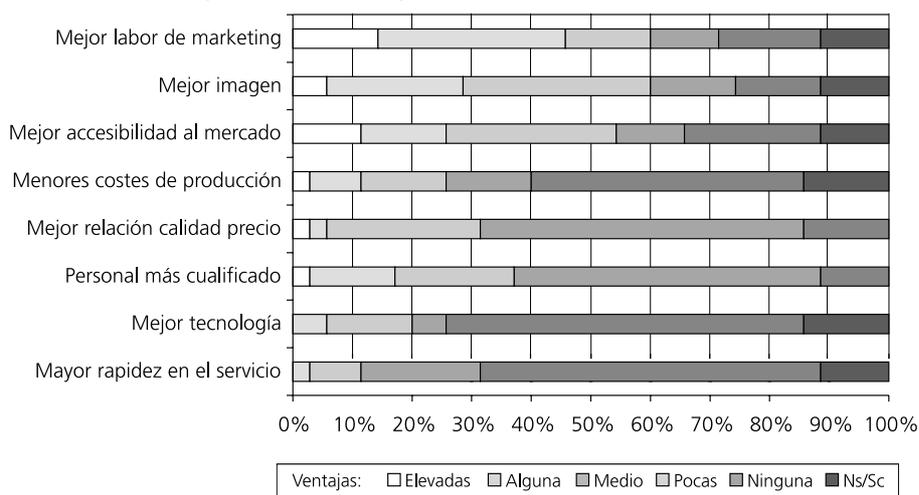
La facturación media asciende en el 2000 a 997 miles de euros, lo que supone un incremento del 104,3 por ciento respecto al año 1998. Este considerable aumento del volumen de ventas va unido a un crecimiento de la plantilla media en siete personas. El porcentaje de titulados superiores se ha mantenido estable, en torno a la mitad del personal, al igual que el porcentaje de mujeres que no llega a la tercera parte (véase el Cuadro n.º 14).

La mayoría de los clientes están localizados en un entorno próximo. Un 70,4 por ciento de la facturación total queda en el mercado regional. El resto se dirige fundamentalmente al mercado nacional, siendo los mercados exteriores anecdóticos. Únicamente 5 empresas de las 35 encuestadas exportan, aunque en ningún caso tales exportaciones superan el 5 por ciento de sus ventas. Los principales clientes son otras empresas (dos terceras partes de la facturación). Los organismos públicos y la Administración (nacional y regional) suponen un 14,3 por ciento y un 11,5 por ciento respectivamente (véase el Gráfico n.º 36).

Los competidores, al igual que los clientes, provienen fundamentalmente del ámbito nacional (60 por ciento) y regional (48,6 por ciento), siendo los competidores procedentes del ámbito internacional un porcentaje muy escaso (8,8 por ciento). La principal ventaja que las empresas asturianas perciben en sus compe-

GRÁFICO N.º 37

Ventajas de los competidores de las empresas asturianas de la rama informática y nuevas tecnologías de la información (2000)



Fuente: elaboración propia.

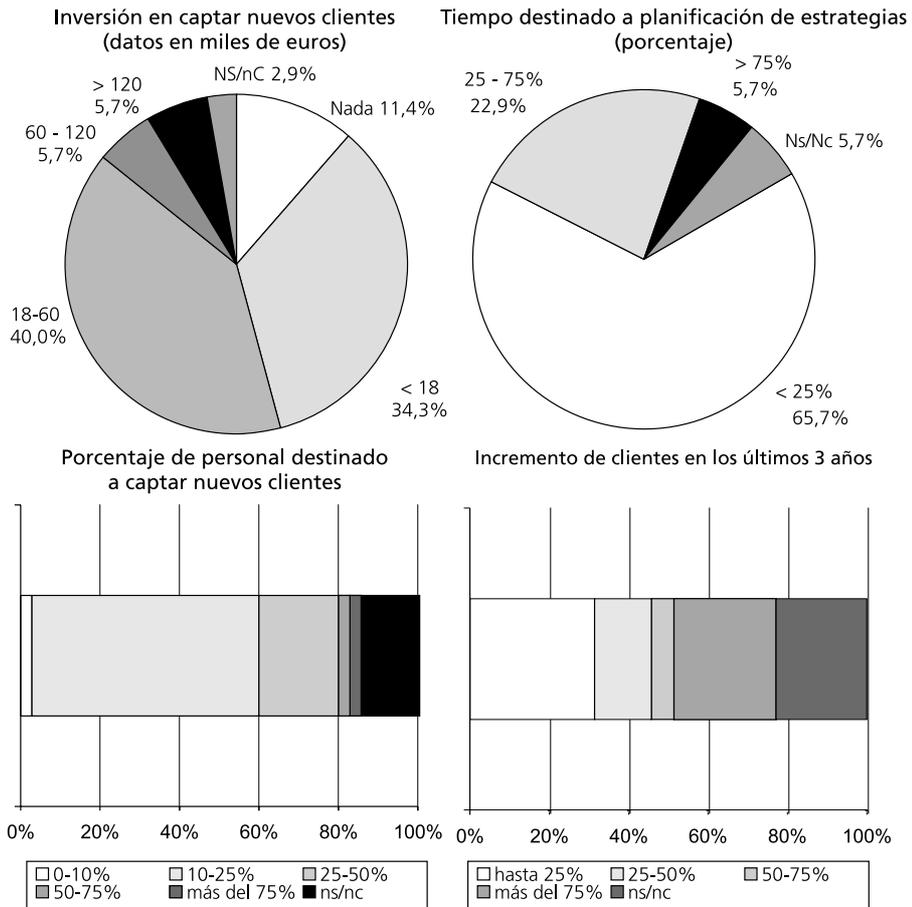
Los competidores son una mejor labor de marketing y una mejor imagen, así como una mejor accesibilidad al mercado. Sin embargo, su producto no es percibido como mejor, puesto que en cuanto a rapidez en el servicio, tecnología, costes de producción, relación calidad-precio o personal, las empresas encuestadas manifiestan que sus competidoras no tienen ninguna ventaja respecto a ellas (véase el Gráfico n.º 37).

Por término medio, las empresas de la rama de informática y nuevas tecnologías de la información dedican un 25 por ciento de su tiempo a la planificación de nuevas estrategias, si bien existen algunas empresas que dedican más del 75 por ciento. Un 40 por ciento dedica entre 18.000 y 60.000 euros a inversiones que tienen por objeto la captación de nuevos clientes. Sólo un 11,4 por ciento dedica más de 60.000 euros. El personal destinado a esta actividad es, por término medio, una cuarta parte de la plantilla. Estas acciones se traducen en un incremento medio de los clientes del 69,8 por ciento (véase el Gráfico n.º 38).

Un 73,5 por ciento de las empresas mantiene algún tipo de colaboración empresarial con otras empresas del sector o de sectores conexos. La mitad de las que

GRÁFICO N.º 38

Mejora de la gestión empresarial de las empresas de la rama informática y nuevas tecnologías de la información (2000)

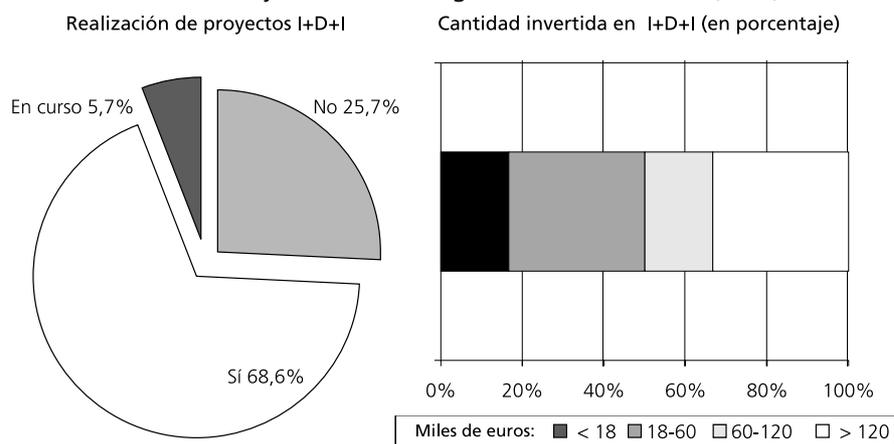


Fuente: elaboración propia.

no tienen ningún tipo de acuerdo señala el interés en establecer alguno y sólo una de las que ya tienen acuerdos manifiesta no estar interesada en iniciar nuevos acuerdos con otras empresas. La generación de un *cluster* del sector de los servicios avanzados es, en general, valorada «muy positivamente» por estas empresas. Únicamente un 17,1 por ciento se manifiesta indiferente ante este hecho.

GRÁFICO N.º 39

Inversión en proyectos de I+D+I de las empresas asturianas de la rama informática y nuevas tecnologías de la información (2000)



Fuente: elaboración propia.

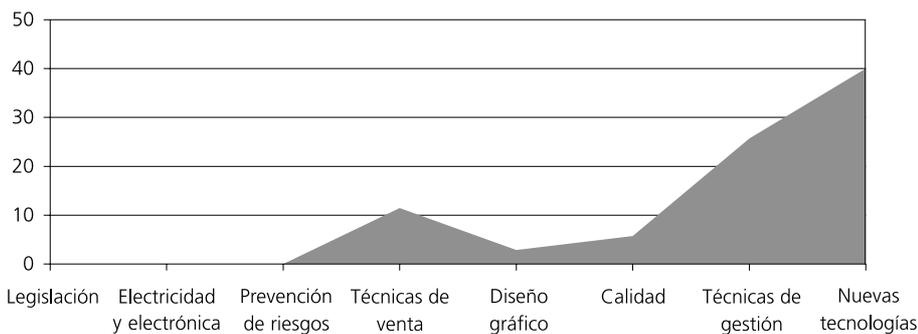
Más de la mitad de las empresas de esta rama carece de certificación alguna de calidad. Además, un 30 por ciento no ha realizado inversiones durante el último año en este campo. De las que si las han realizado casi el 60 por ciento ha invertido cantidades inferiores a los 18.000 euros. No obstante, la mayoría de las firmas tienen personal dedicado a la gestión de la calidad (el 86 por ciento) aunque lo habitual es que cuente con menos de 3 personas.

Un 74,3 por ciento de las empresas invierte en proyectos de I+D+I. De éstas un 29,2 por ciento recibe ayudas públicas por este concepto; por el contrario, casi la mitad (un 48,6 por ciento) manifiesta no recibir ningún tipo de ayuda pública. En la gran mayoría de los casos, el importe de los proyectos no supera los 60.000 euros. El objetivo de dichos programas es el desarrollo de programas propios o la aplicación de las nuevas tecnologías a las necesidades de los clientes (véase el Gráfico n.º 39).

Respecto a las necesidades de formación, el 40 por ciento de las empresas demandan cursos de informática, a nivel profesional o avanzado, o cursos sobre la incorporación de redes informáticas. En segundo término, con algo más de diez puntos porcentuales, estarían los cursos ligados a técnicas de gestión, con una especial mención a los idiomas. Específicamente se mencionan cursos tales como: idiomas, gestión, contabilidad, márketing o técnicas de ventas y comercialización

GRÁFICO N.º 40

Tipología de cursos demandados por las empresas asturianas de servicios avanzados de la rama informática y nuevas tecnologías (porcentajes) (2000)



Fuente: elaboración propia.

por orden de importancia. Por último, existe un número muy reducido de empresas que muestran el deseo de realizar formación ligada a la incorporación de calidad o de diseño vinculado a las nuevas tecnologías (véase el Gráfico n.º 40).

Las empresas ligadas a las nuevas tecnologías suelen manifestar un alto nivel de movilidad externa. Más de una cuarta parte de las empresas entrevistadas señala que la movilidad entre sus trabajadores ha sido alta. En este caso, los cuadros medios son los que presentan una mayor movilidad. Cerca de un tercio la califica como moderada, siendo el personal administrativo y también los cuadros medios los que contribuyen a esta movilidad. Las contrataciones realizadas en los últimos años son fundamentalmente personas que ya han trabajado previamente en la empresa, con contratos en prácticas o becas o bien nuevos profesionales, siendo las contrataciones de otras empresas sustancialmente menores (véase el Gráfico n.º 41).

Las empresas asturianas de la rama informática y nuevas tecnologías de la información presentan indicadores de actividad y gestión empresarial estratégica muy positivos. En los tres últimos años han duplicado su facturación. Sus principales competidores son nacionales y regionales y su principal desventaja respecto a ellos es la labor de marketing y la accesibilidad al mercado. Casi un 70 por ciento realiza proyectos de I+D+I y un porcentaje mayor mantiene acuerdos de colaboración empresarial.

Perfil de las empresas asturianas de la rama de servicios de informática y nuevas tecnologías de la información:

- *El número medio de empleados está en torno a 18 con un incremento del 63 por ciento en los últimos tres años.*
- *Facturación media en el año 2000 asciende a más de 990 miles de euros.*
- *Se dirigen fundamentalmente al mercado regional (70 por ciento) y nacional (30 por ciento). Prácticamente no exportan.*
- *Emplean un 25 por ciento de su tiempo a la planificación de estrategias.*
- *Únicamente un 5 por ciento posee certificados de calidad. La mayor parte de las empresas (el 74 por ciento) tienen proyectos de I+D+I pero menos de la mitad reciben ayudas para ello.*
- *En los últimos tres años han incrementado su clientela en un 69,8 por ciento.*
- *Requieren formación muy específica en los campos de aplicaciones de las nuevas tecnologías de la información, informática avanzada y diseño aplicado a las nuevas tecnologías de la información.*

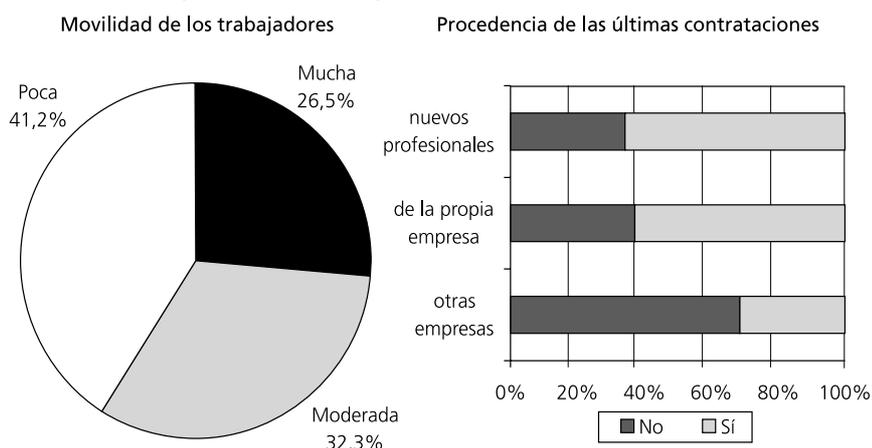
4.2. Asesoría y gestión empresarial avanzada: una rama con necesidad de estímulos para un desarrollo más amplio

El epígrafe de asesoría y gestión empresarial avanzada incluye un amplio conjunto de actividades vinculadas a acciones estratégicas de las empresas que las contratan. Nos referimos así a la asesoría en la organización empresarial, en comercio exterior, en aspectos económicos y financieros, en logística o en planificación, entre otras. En esta rama se incluyen sólo 16 empresas lo que supone únicamente el 9,2 por ciento de total encuestado²⁸. Estas 16 firmas tienen, mayoritariamente, sede central en Asturias. Sólo dos de ellas tienen su sede central fuera de los límites regionales siendo precisamente estas dos empresas las únicas cuyo capital no es mayoritariamente regional sino nacional. También hay sólo dos empresas que teniendo sede central en Asturias han establecido delegaciones en otras regiones o países (una en Madrid y la otra en Mozambique).

²⁸ Este es el grupo de empresas con menor tasa de respuesta a la encuesta realizada por motivos ajenos a los encuestadores. Esto, unido al de por sí reducido número de empresas cuya actividad principal sea la asesoría empresarial avanzada, hace que los resultados deban ser tomados con cierta precaución. En cualquier caso las 16 empresas encuestadas son plenamente representativas de toda la rama en Asturias.

GRÁFICO N.º 41

Recursos humanos de las empresas asturianas de la rama informática y nuevas tecnologías de la información (2000)



Fuente: elaboración propia.

La edad media de las estas empresas es de 9 años, lo que las convierte en las más jóvenes del sector, detrás de las de recursos humanos (7 años).

Casi un 70 por ciento pertenece a algún tipo de asociación, en su mayor parte Colegios Profesionales (abogados, economistas, ingenieros...) y asociaciones sectoriales (de consultoría, ingeniería...).

La mayoría se ubican en un núcleo urbano, un 93,8 por ciento, el resto, un 6,2 por ciento, se sitúan en centros de empresas. Las razones más importantes para elegir su ubicación son la localización estratégica y el hecho de que esté próximo a los clientes, razones similares al resto de empresas del sector. Es decir, el factor fundamental en la decisión de localización es la cercanía a su potencial mercado. Otras razones importantes son el precio de las instalaciones o la presencia de infraestructuras, sean físicas o técnicas. La presencia de otras empresas del sector no es tenido en cuenta en el momento de decidir dónde situarse.

La facturación media de las empresas de la rama asesoría y gestión empresarial avanzada ronda los 300 miles de euros habiendo aumentado un 35,15 por ciento en el trienio 1998-2000. Tanto la cifra global como el incremento es pequeño si se compara con las otras ramas estudiadas. Lo mismo ocurre con el número de trabajadores, cuya plantilla media es de seis personas. El porcentaje de

CUADRO N.º 15
Caracterización de las empresas asturianas de la rama de asesoría
y gestión empresarial avanzada (1998, 1999 y 2000)

	1998	1999	2000	Variación 98-00%
Facturación media (miles de euros)	256	286	346	35,15
Número medio de empleados	5,7	6,2	6,6	15,78
Porcentaje de titulados superiores	64,2	63,7	68,9	7,32
Porcentaje de mujeres	49,7	53,4	47,4	-4,62

Fuente: elaboración propia.

titulados superiores se sitúa casi en un 70 por ciento de la plantilla y las mujeres suponen aproximadamente la mitad de la misma (véase el Cuadro n.º 15).

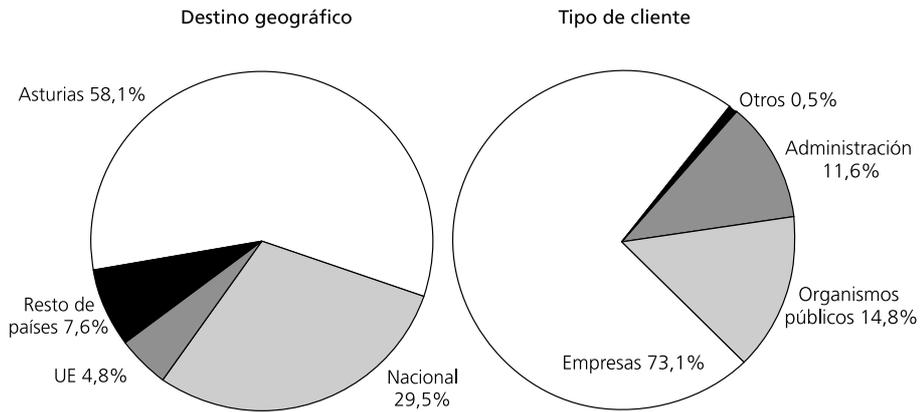
Las ventas se dirigen principalmente al mercado regional, aunque el porcentaje es menor al de las otras ramas del sector, un 58,1 por ciento. El mercado nacional supone casi un 30 por ciento y, en este caso, el mercado internacional asciende a un 12,4 por ciento, siendo menor la aportación de las ventas en países comunitarios, un 4,8, que en el resto, un 7,6.

En función del tipo de cliente, los principales son otras empresas públicas o privadas. Casi tres cuartas partes de la facturación se debe a ellas. Los organismos públicos compran un 14,8 por ciento de los servicios ofrecidos por las empresas de este sector y la Administración un 11,6 por ciento (véase el Gráfico n.º 42).

La competencia es muy importante a nivel nacional y también regional en esta rama de actividad. A nivel internacional es menos intensa pero superior a otras ramas estudiadas. Las ventajas percibidas por las empresas encuestadas en sus competidoras son fundamentalmente la mejor accesibilidad al mercado y mejor imagen. Un rasgo distintivo respecto a otras ramas es que también manifiestan observar una mejor tecnología (véase el Gráfico n.º 43).

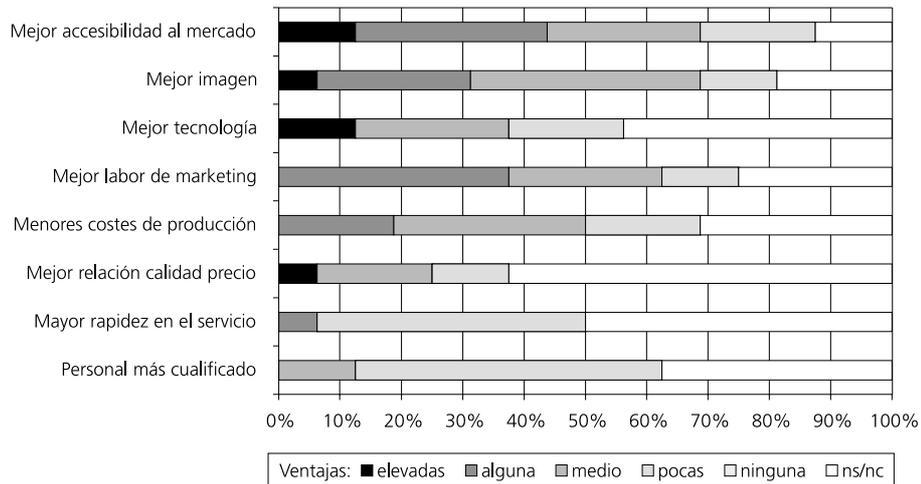
Por término medio, las empresas de esta rama dedican un 14,2 por ciento de su tiempo a la planificación de nuevas estrategias, que es el porcentaje más bajo de todas las ramas estudiadas. Más de un 40 por ciento dedica menos de 18.000 euros a inversiones que tienen por objeto la captación de nuevos clientes. Casi un 20 por ciento entre 18.000 y 60.000 euros. Sólo un 12,4 por ciento dedica más de 120.000 euros. El personal destinado a esta actividad es, por término medio, una tercera parte de la plantilla. Estas acciones se traducen en un incremento medio de los clientes del 28,3 por ciento. Es necesario destacar que, aunque

GRÁFICO N.º 42
Ventas de las empresas asturianas de la rama asesoría y gestión empresarial avanzada (2000)



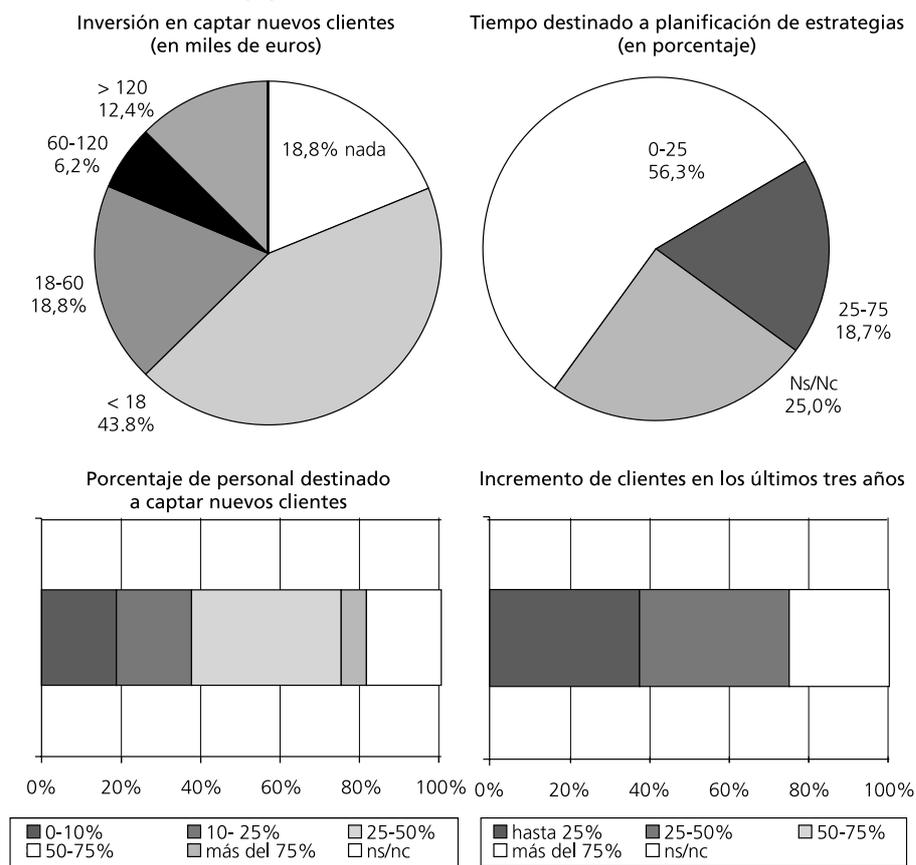
Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N.º 43
Ventajas de los competidores de las empresas asturianas de la rama asesoría y gestión empresarial avanzada (2000)



Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N.º 44
Mejora de la gestión empresarial de las empresas de la rama asesoría
y gestión empresarial avanzada (2000)



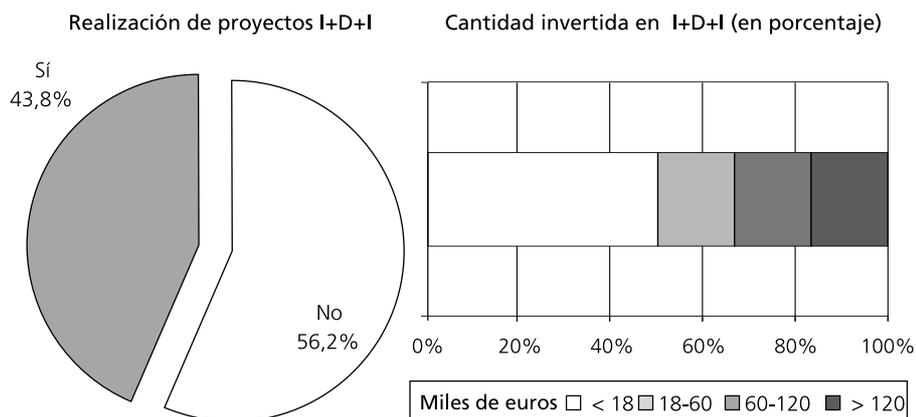
Fuente: elaboración propia.

el personal destinado a aumentar la clientela es más alto que la media general, la inversión es menor. El incremento de clientes conseguido es el menor de todas las ramas del sector analizadas (véase el Gráfico n.º 44).

Por otro lado, las empresas de asesoría y gestión empresarial avanzada muestran poco interés por certificarse en calidad. Un 56 por ciento no lo está y, además, un 40 por ciento declara no haber invertido cantidad alguna durante el último año.

GRÁFICO N° 45

Inversión en proyectos de I+D+I de las empresas de la rama asesoría y gestión empresarial avanzada (2000)



Fuente: elaboración propia.

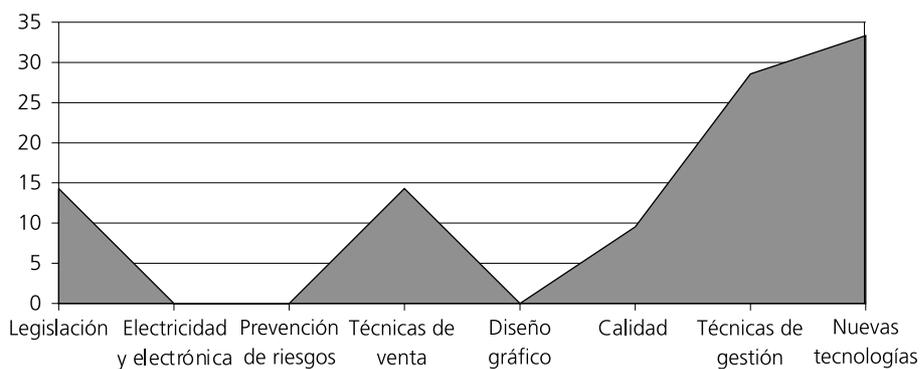
Un 81,3 por ciento de las empresas mantiene algún tipo de colaboración empresarial con otras empresas del sector o de sectores conexos. Dos de las tres empresas que no tienen ningún tipo de acuerdo señala el interés en establecer alguno y sólo una de las que ya tienen acuerdos (un total de trece) manifiesta no estar interesado en iniciar nuevos acuerdos con otras empresas. La generación de un *cluster* del sector de los servicios avanzados es, en general, valorada muy positivamente por estas empresas, aunque un 12,5 por ciento no está interesado en participar y lo califica como negativo (el porcentaje más elevado de todo el sector).

Un 43,8 por ciento de las empresas invierte en proyectos de I+D+I. De ellas únicamente un 14,3 por ciento recibe ayudas públicas. Casi la mitad de los proyectos realizados no supera el importe de los 18 miles de euros. El objetivo principal de los mismos está muy relacionado con las nuevas tecnologías, como por ejemplo el desarrollo de una aula virtual o la especialización en internet o en informática avanzada (véase el Gráfico n.º 45).

En estas actividades la necesidad de incorporar nuevas tecnologías a su actividad normal se traduce en una demanda importante de cursos a nivel usuario de las herramientas informáticas. No obstante, existe un segundo frente de demanda formativa ligada a las técnicas de gestión tradicionales, donde deben destacarse cursos como auditoría, seguridad social, nóminas o contabilidad. En

GRÁFICO N.º 46

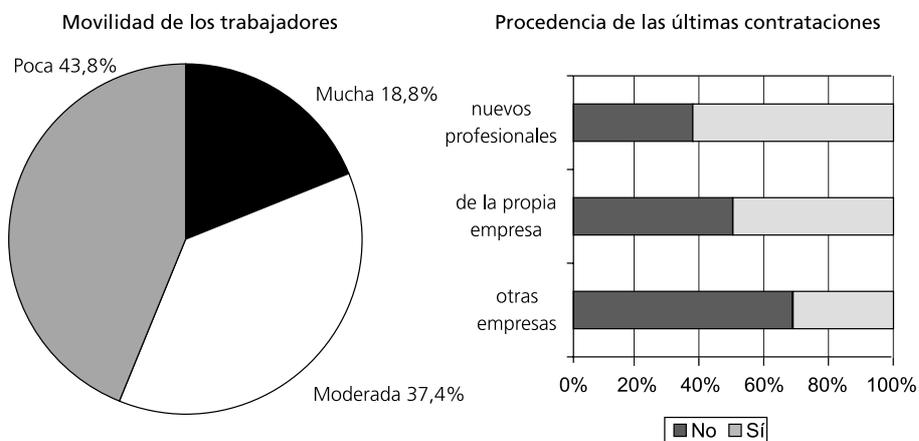
Tipología de cursos demandados por las empresas asturianas de servicios avanzados de la rama asesoría y gestión empresarial (porcentajes) (2000)



Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N.º 47

Procedencia de las últimas contrataciones de las empresas de la rama Asesoría y gestión empresarial avanzada (2000)



Fuente: elaboración propia.

un tercer nivel de demanda se encuentran, casi a la par, cursos ligados a la legislación, a las técnicas de venta y a la calidad. En el primer caso, la actividad normal de la mayoría de empresas que se encuentran en esta área es la asesoría o

consultoría y, relacionado con ello demandan cursos de actualización de normativa fiscal. Dentro del grupo de cursos vinculado a las técnicas de venta los cursos demandados se refieren al márketing general o al márketing internacional. Por último, la incorporación de criterios de calidad dentro de este tipo de empresas también tiene su traducción en una importante demanda de cursos sobre este aspecto.

Casi un 20 por ciento de las empresas entrevistadas señala que la movilidad entre sus trabajadores ha sido alta. En este caso, son los cuadros medios los que presentan esta alta movilidad. Por otra parte, un 37,5 por ciento la califica como moderada, siendo el personal administrativo y también los cuadros medios los que contribuyen a ella. Las contrataciones realizadas en los últimos años son principalmente nuevos profesionales. Otro porcentaje importante lo constituyen personas que habían trabajado ya en la empresa mediante contratos de prácticas o becas (véase el Gráfico n.º 47).

El número de clientes de las empresas de la rama asesoría y gestión empresarial avanzada ha aumentado únicamente un 28,3 por ciento. Quizá algunas de las razones sean la escasa cuantía de las inversiones en captación de nuevos clientes o el bajo porcentaje de realización de proyectos de I+D+I. En cualquier caso es un sector capaz de alcanzar un grado de desarrollo y un crecimiento más elevado que el que tiene aunque parece precisar ciertos estímulos (en I+D+I, en calidad o en otras decisiones estratégicas).

Perfil de las empresas asturianas de la rama de asesoría y gestión empresarial avanzada:

- *El número medio de empleados está en torno a 6.*
- *Facturación media en el año 2000 asciende a más de 340 miles de euros.*
- *Se dirigen fundamentalmente al mercado regional y nacional aunque existen elevadas tasas de exportación.*
- *Son las que menos tiempo emplean en planificación de estrategias (sólo un 14,2 por ciento de su tiempo).*
- *Algo menos de la mitad de las empresas (el 43,8 por ciento) tienen proyectos de I+D+I y sólo un 14 por ciento recibe ayudas.*
- *En los últimos tres años han incrementado su clientela en sólo un 28,3 por ciento.*
- *Requieren formación en aplicaciones informáticas, nuevas tecnologías de la información y cursos generales de informática, idiomas...*

4.3. Recursos humanos: una rama naciente en Asturias

Las actividades de recursos humanos se centran en la cobertura de tres necesidades vinculadas a la mano de obra que están claramente diferenciadas. Por una parte hay empresas que se encargan de aspectos relacionados con la selección del personal, otras están dedicadas a la salud y la seguridad laboral y finalmente las hay que cubren los aspectos de formación (aunque son muchas las firmas dedicadas a las actividades formación y selección de forma conjunta). El 12 por ciento del total de empresas encuestadas realizan su actividad en este ámbito²⁹. Este es un sector naciente, la edad media de las empresas de recursos humanos en Asturias es de 7 años lo que las convierte en las más jóvenes del sector, aunque con una importante capacidad de crecimiento. En Asturias predominan las firmas dedicadas a la formación pero en los últimos años han proliferado entidades dedicadas a las actividades de selección y seguridad laboral.

El 94 por ciento son sede central. De ellas, un 12 por ciento tiene delegaciones en otras provincias (Santander, Galicia, Castilla y León y Madrid). El porcentaje que representa el capital regional sobre el total es el 81,5 por ciento, el menor de las ramas estudiadas. Un 15,8 por ciento tienen procedencia nacional y un 2,7 por ciento de la UE.

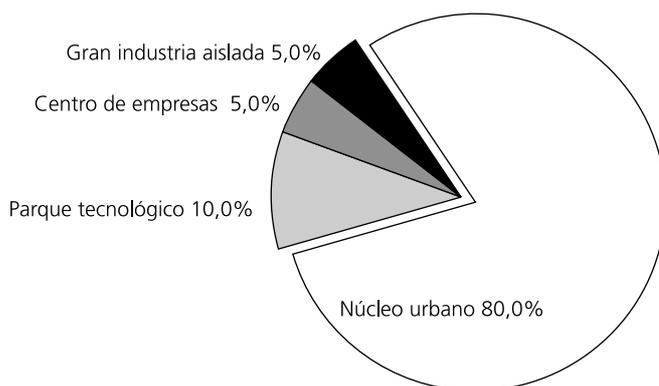
Tres cuartas partes de las empresas pertenece a alguna asociación. Las más frecuentes son FADE y el Club Asturiano de la Calidad. El resto son diferentes asociaciones de empresarios a nivel regional o nacional.

Las empresas de esta rama presentan una alta variedad en cuanto a su ubicación, aunque como el resto de ramas, sigue siendo mayoritaria la localización en núcleo urbano (un 80 por ciento). El parque tecnológico, con un 10 por ciento es el segundo lugar en el que se localizan, y los centros de empresas y las grandes industrias aisladas, con un 5 por ciento cada una, son otras de las áreas donde se sitúan las empresas entrevistadas (véase el Gráfico n.º 48).

Las razones más importantes para elegir su ubicación son el lugar estratégico y el hecho de que esté próximo a los clientes. Es decir, el factor fundamental en la decisión de localización es la cercanía a su potencial mercado. Otra razón importante es la presencia de infraestructuras, sean físicas o técnicas, y el precio de las instalaciones. Por otra parte, la presencia de otras empresas del sector no es tenido en cuenta en el momento de decidir dónde situarse.

²⁹ En este caso la reducida participación de la rama sobre el total se debe al menor tamaño relativo de esta rama, pero no a una baja tasa de respuesta como ocurría en el caso de los servicios de asesoría y gestión empresarial.

GRÁFICO N° 48
Ubicación de las empresas asturianas de la rama
recursos humanos (2000)



Fuente: elaboración propia.

La facturación media de las empresas de la rama de recursos humanos ha aumentado un 80 por ciento en el trienio 1998-2000, produciéndose este incremento fundamentalmente en el año 1999 (un 41,1 por ciento en 1999 frente al 27,4 por ciento de 2000). Sin embargo, el aumento de la plantilla ha sido mayor en este último año (un 23,1 por ciento en 1999 frente al 15,6 por ciento de 2000). Los titulados superiores suponen tres cuartas partes del total y las mujeres tienen una presencia numérica similar a los hombres (véase el Cuadro n.º 16).

Las propias características del subsector hacen que la proximidad al cliente sea especialmente importante en esta área. De esta manera, no sorprenden las cifras de venta dentro del área regional, que llega a superar las tres cuartas partes de su facturación total (concretamente el 77,6 por ciento)³⁰. También tiene mucha importancia el mercado nacional, que absorbe un 20,1 por ciento de la facturación. Por tanto, el mercado internacional es anecdótico, sólo un 2,3 por ciento, siendo comunitario el 1,3 por ciento. Según el tipo de empresas, otras empresas, públicas o privadas, suponen el 72,2 por ciento de la facturación media. El 15,2 por ciento de las ventas se realizan a organismos públicos y un 10,2 por ciento a la administración (véase el Gráfico n.º 49).

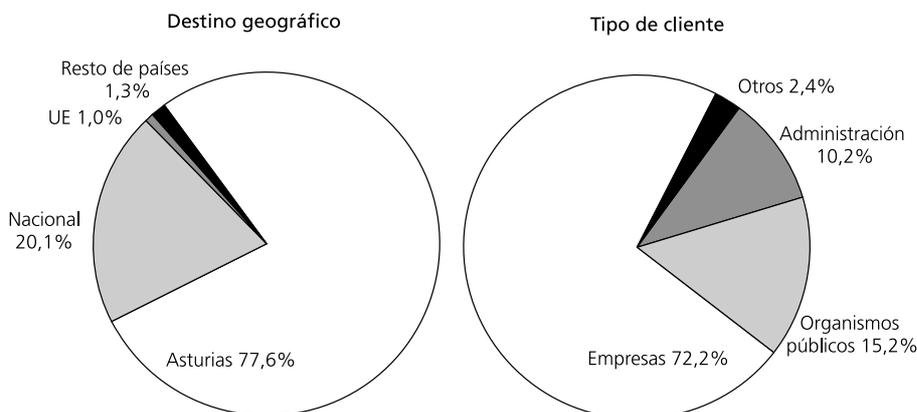
³⁰ Iniciaron su labor exportadora a través de la participación en ferias, de internet y con la ayuda de un socio extranjero.

CUADRO N.º 16
Caracterización de las empresas asturianas de la rama recursos humanos
(1998, 1999 y 2000)

	1998	1999	2000	Variación 98-00%
Facturación media (miles de euros)	175	247	315	80
Número medio de empleados	9	10,4	12,8	29,68
Porcentaje de titulados superiores	74,0	77,6	76,9	3,91
Porcentaje de mujeres	53,1	49,8	52,1	-1,88

Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N.º 49
Ventas de las empresas asturianas de la rama recursos humanos (2000)

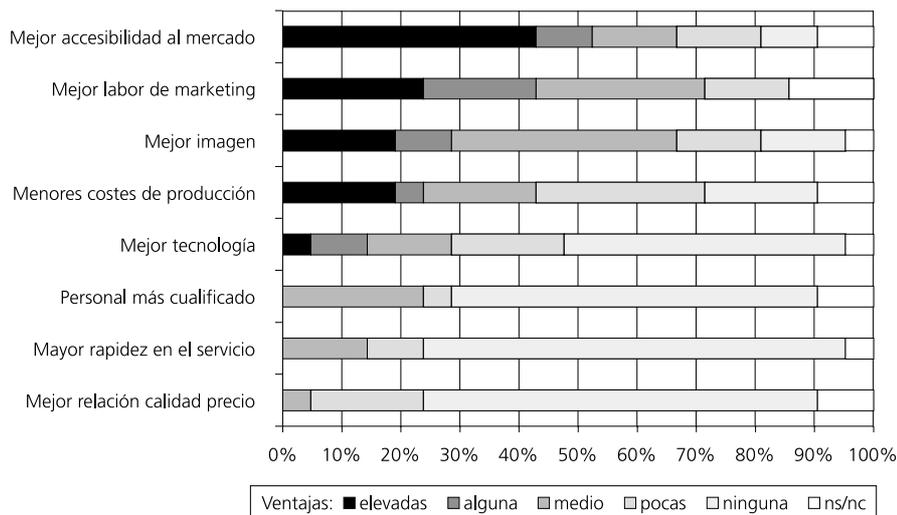


Fuente: elaboración propia.

Los competidores de estas empresas son tanto regionales como nacionales. Un 14,3 por ciento también ha señalado como importante la competencia internacional. Las principales ventajas que aprecian en sus competidores son la accesibilidad al mercado, mejor labor de márketing y mejor imagen, mientras que en los factores que están más relacionados con la calidad del producto ofrecido, tales como los costes de producción, la tecnología, la relación calidad-precio, el servicio o la cualificación del personal, las empresas asturianas no perciben desventajas respecto a sus competidores (véase el Gráfico n.º 50).

El 34,2 por ciento del tiempo de trabajo de estas empresas se dedica a planificar nuevas estrategias. Esta cifra es la mayor de todas las ramas del sector estu-

GRÁFICO N.º 50
Ventajas de los competidores de las empresas asturianas
de la rama recursos humanos (2000)

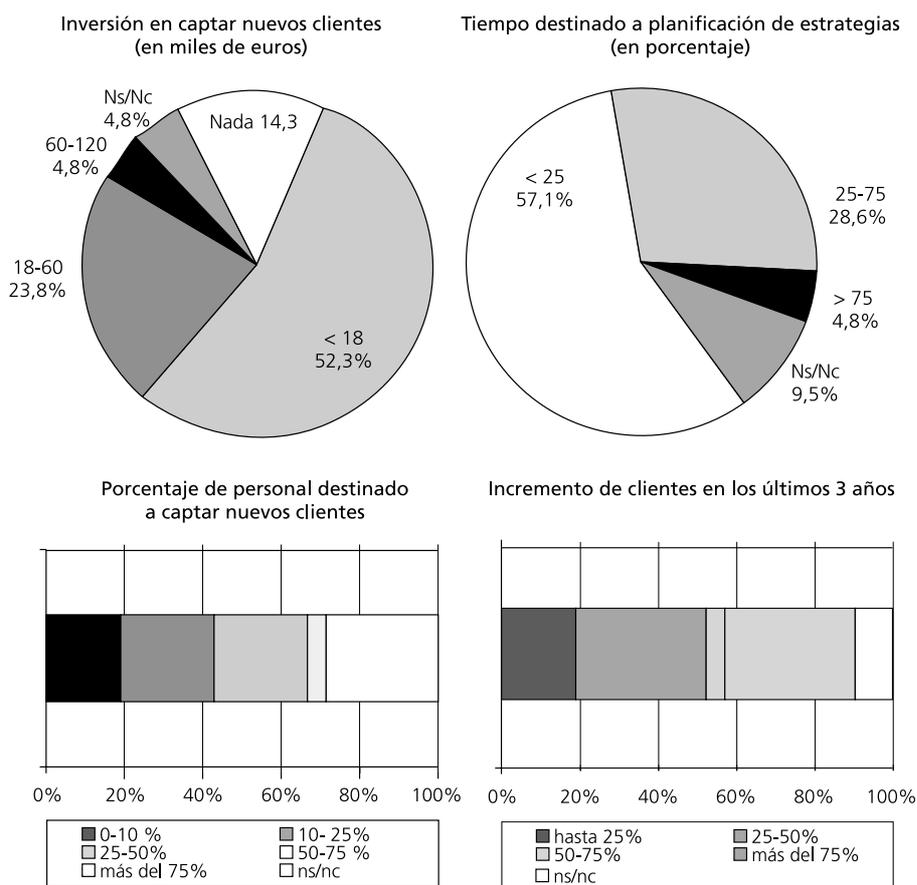


Fuente: elaboración propia.

diadas. El 20,4 por ciento del personal está destinado, total o parcialmente, a la captación de nuevos clientes siendo este porcentaje, no obstante, el menor de todos. Más de la mitad de las empresas dedica menos de 18.000 euros a esta actividad y un 23,8 por ciento entre 18.000 y 60.000 euros. Además, un 14,3 por ciento de las empresas encuestadas declara no dedicar ningún recurso a este fin. Sólo un 4,8 por ciento le destina entre 60.000 y 120.000 euros. A pesar de que la inversión parece pequeña, la rentabilidad obtenida es muy elevada, como lo muestra el hecho de que el incremento medio de clientes en los tres últimos años alcance un 138 por ciento (véase el Gráfico n.º 51).

Un 71,4 por ciento de las empresas mantiene algún tipo de colaboración empresarial con otras empresas del sector o de sectores conexos. Dos de las cuatro empresas que no tienen ningún tipo de acuerdo señala el interés en establecer alguno y un 20 por ciento de las que ya tienen acuerdos manifiesta no estar interesado en iniciar nuevos acuerdos con otras empresas. Un 81 por ciento tiene una actitud positiva ante la generación de un *cluster* del sector de los servicios avanzados.

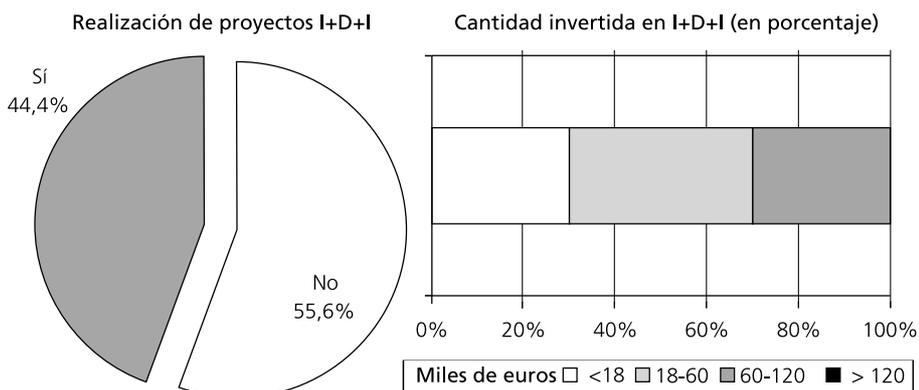
GRÁFICO N.º 51:
Mejora de la gestión empresarial de las empresas asturianas
de la rama recursos humanos (2000)



Fuente: elaboración propia.

Un 62 por ciento de las empresas de recursos humanos poseen algún certificado de calidad o están en vías de obtenerlo. Conviene destacar el hecho de que la mitad de las empresas creadas en los últimos 5 años están certificadas a diferencia de otras ramas en las que las empresas más jóvenes carecen de certificación. El personal dedicado a cuestiones de calidad oscila entre 1 y 2 personas en más de la mitad de los casos.

GRÁFICO N.º 52
Inversión en proyectos de I+D+I de las empresas asturianas
de la rama recursos humanos (2000)



Fuente: elaboración propia.

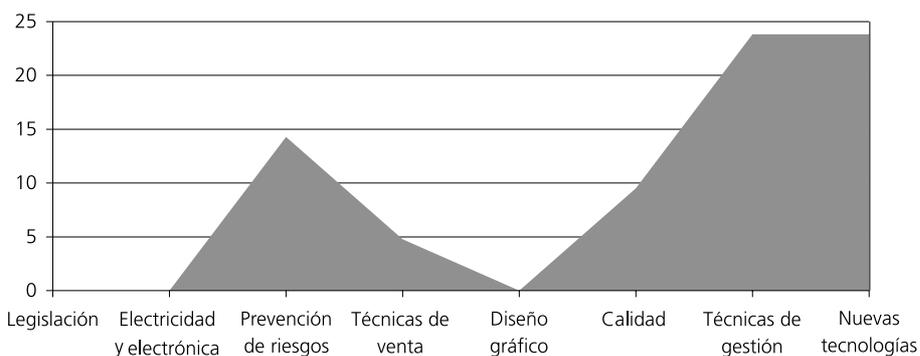
Algo menos de la mitad de las empresas invierte en proyectos de I+D+I. De las cuales una quinta parte recibe ayudas públicas. Los proyectos desarrollados tienen un importe superior al de las otras ramas estudiadas, ya que aproximadamente un 30 por ciento superan los 60.000 euros. El objetivo de los proyectos desarrollados es, fundamentalmente, el desarrollo de aplicaciones informáticas para la gestión de recursos humanos, (prevención de riesgos laborales, desarrollo de cursos de formación...) o para la gestión de burocracia (creación de una ventanilla directa).

Las empresas de esta rama muestran una demanda formativa que se puede clasificar mayoritariamente en dos grupos: uno primero relacionado con las nuevas tecnologías, en concreto en cursos de herramientas informáticas, probablemente de un carácter general, y una segunda de técnicas de gestión, con cursos como gestión empresarial o nuevas formas de trabajo. Únicamente se muestra una especial atención en otro campo adicional muy vinculado a la gestión de recursos humanos: la prevención de riesgos laborales.

Sólo un 14,3 por ciento de las empresas entrevistadas señala que la movilidad entre sus trabajadores ha sido alta y un 28,6 por ciento la califica como moderada, siendo los cuadros medios los que contribuyen a ella de manera más importante. Las contrataciones realizadas por la empresa en los últimos años provienen

GRÁFICO N.º 53

Tipología de cursos demandados por las empresas asturianas de servicios avanzados de la rama recursos humanos (porcentajes) (2000)

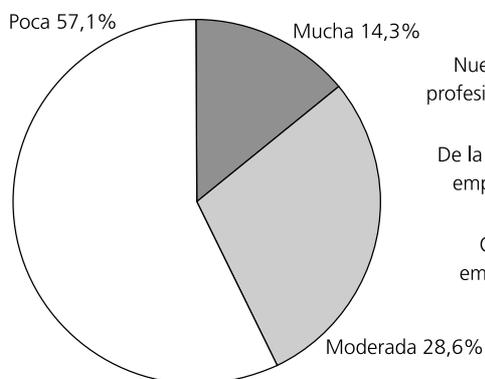


Fuente: elaboración propia.

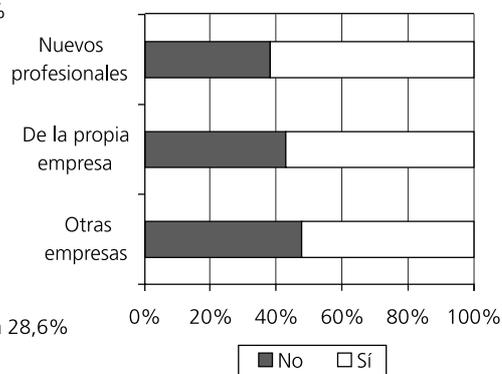
GRÁFICO N.º 54

Personal de las empresas asturianas de la rama recursos humanos (2000)

Movilidad de los trabajadores



Procedencia de la últimas contrataciones



Fuente: elaboración propia.

tanto de nuevos profesionales, de contratos anteriores en la misma empresa o de personal de otras, sin que existan diferencias especialmente significativas entre estas tres posibles fuentes (véase el Gráfico n.º 54).

La rama de los servicios de recursos humanos de Asturias presenta una buena evolución aunque puede ser considerado como un sector naciente. La accesibilidad al mercado es un factor en el que las empresas de recursos humanos se sienten en desventaja frente a sus competidores. Dedicán una tercera parte de su tiempo a planificar nuevas estrategias y, aunque la inversión en captar nuevos clientes es pequeña, han logrado aumentarlos en un 138 por ciento.

Perfil de las empresas asturianas de la rama de recursos humanos:

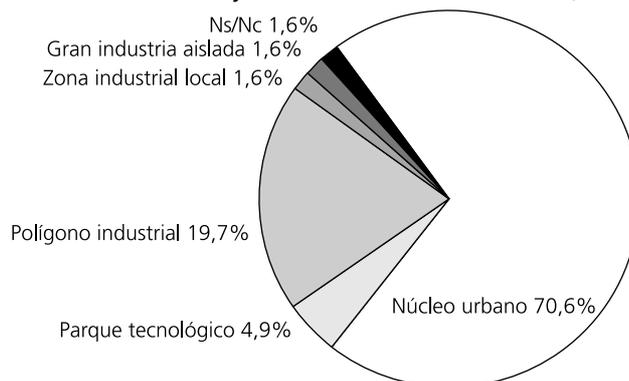
- *El número medio de empleados está en torno a 11.*
- *Facturación media en el año 2000 asciende a más de 315 miles de euros.*
- *Se dirigen fundamentalmente al mercado regional (75 por ciento de su facturación) y nacional. Prácticamente no exportan.*
- *Emplean un 34,2 por ciento de su tiempo a la planificación de estrategias.*
- *Algo menos de la mitad de las empresas (el 44,4 por ciento) tiene proyectos de I+D+I.*
- *La demanda de formación se centra en aspectos generales relativos al uso de herramientas informáticas y técnicas de gestión así como en cursos de prevención de riesgos laborales.*

4.4. Ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales: ramas capaces de ser líderes en el ámbito nacional

El 35 por ciento de las empresas entrevistadas tienen como actividad principal la ingeniería, consultoría técnica o los servicios medioambientales³¹. En este epígrafe se agrupan todas las actividades de ingeniería (agraria, industrial, civil o eléctrica), de medio ambiente (ahorro energético, tratamiento de residuos, evaluación del impacto ambiental) o de consultoría técnica en calidad, investigación u otros aspectos similares. Más de tres cuartas partes de estas tienen su sede central en Asturias, mientras que el resto son delegaciones de empresas nacionales o internacionales. De las empresas que son sede central, sólo un 11 por ciento tiene delegaciones fuera de Asturias, principalmente en otras regiones y dos em-

³¹ Como se ha comentado al inicio de este cuarto apartado se ha optado por agrupar estas tres categorías de la clasificación manejada ya que muchas empresas se dedican a varias actividades siendo difícil encuadrarlas en una sola de ellas. Igualmente así se obtiene un análisis estadísticamente más significativo.

GRÁFICO N.º 55
Ubicación de las empresas asturianas de la rama ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales (2000)



Fuente: elaboración propia.

presas en otros países. Un 15 por ciento son delegaciones de otras empresas, hecho que puede explicar que esta rama tenga el segundo mayor porcentaje de capital no regional: un 10,1 por ciento nacional, un 4,3 por ciento de la UE y un 1,9 por ciento de otros países.

La edad media de las empresas de ingeniería, medio ambiente y consultoría técnica es de 16 años, lo que las convierte en las más veteranas del sector.

Un 67 por ciento pertenece a alguna asociación. La mayoritaria es FADE. También son numerosas las empresas que forman parte del Club Asturiano de la Calidad y del Club Asturiano de la Innovación y son muy frecuentes los Colegios profesionales y las asociaciones sectoriales a nivel regional.

Las empresas de esta rama son las que mayor variedad tienen en cuanto a su ubicación aunque, como ocurre en el resto, sigue siendo mayoritaria la localización en un núcleo urbano. Sin embargo, en este caso, el polígono industrial es, también, bastante incidencia, con una quinta parte de las empresas encuestadas en este tipo de ubicación. Los parques tecnológicos, con un 4,9 por ciento, y las zonas industriales locales y las grandes industrias aisladas, con un 1,6 por ciento cada una, son otras de las áreas donde se sitúan las empresas entrevistadas (véase el Gráfico n.º 55).

Las razones más importantes para elegir su ubicación son que el lugar escogido sea un sitio estratégico y el hecho de que esté próximo a los clientes. Es de-

CUADRO N.º 17
Caracterización de las empresas asturianas de la rama ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales (1998, 1999 y 2000)

	1998	1999	2000	Variación 98-00%
Facturación media (miles de euros)	3.531	3.548	4.189	18,63
Número medio de empleados	39,9	41,2	45,6	14,28
Porcentaje de titulados superiores	49,4	48,8	48,6	-1,61
Porcentaje de mujeres	25,8	25,2	24,5	-5,03

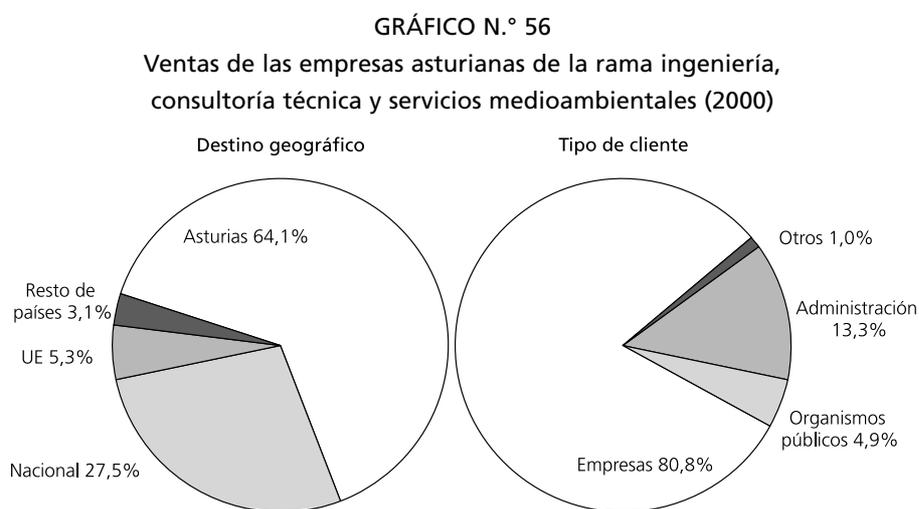
Fuente: elaboración propia.

cir, el factor fundamental en la decisión de localización es la cercanía a su potencial mercado. Otras razones importantes son el precio de las instalaciones o la presencia de infraestructuras, sean físicas o técnicas. La presencia de otras empresas del sector no es tenido en cuenta en el momento de decidir dónde situarse.

La facturación de las empresas de ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales ha aumentado, en el trienio 1998-2000, un 18,6 por ciento. Este aumento se ha realizado en el último año, puesto que de 1999 a 2000, apenas se modificó. Lo mismo ocurre con el número de empleados, que se incrementó en este último año un 10,7 por ciento, mientras que en el anterior sólo lo había hecho en un 3,3 por ciento. El porcentaje de titulados se mantiene estable a lo largo de estos años, en torno a la mitad de la plantilla. El porcentaje de mujeres se sitúa alrededor de una cuarta parte siendo, por lo tanto, la rama con menor tasa de feminización (véase el Cuadro n.º 17).

El destino geográfico de las ventas es principalmente Asturias, un 64,1 por ciento de las mismas. También tiene mucha importancia el mercado nacional, que absorbe un 27,5 por ciento de la facturación (Gráfico n.º 56). Por lo tanto, el mercado internacional es pequeño, sólo un 8,4 por ciento, siendo comunitario el 5,3 por ciento, si bien este porcentaje es superior al del resto de las ramas estudiadas. El 26,7 por ciento de las empresas realizan exportaciones de sus productos. De éstas, la mitad no supera el 25 por ciento, pero es necesario destacar que para dos empresas, la exportación supone más del 75 por ciento de su facturación. Según el tipo de empresas, otras empresas, públicas o privadas, suponen el 80,8 por ciento de la facturación media.

Los competidores de estas empresas son tanto regionales como nacionales. Un 26,2 por ciento también ha señalado como importante la competencia internacional. Las principales ventajas que aprecian en sus competidores son la labor



Fuente: elaboración propia.

de márketing, mejor imagen y mejor accesibilidad al mercado, mientras que en los factores que están más relacionados con la calidad del producto ofrecido, tales como los costes de producción, la tecnología, la relación calidad-precio, el servicio o la cualificación del personal, las empresas asturianas no perciben desventajas respecto a sus competidores (véase el Gráfico n.º 57).

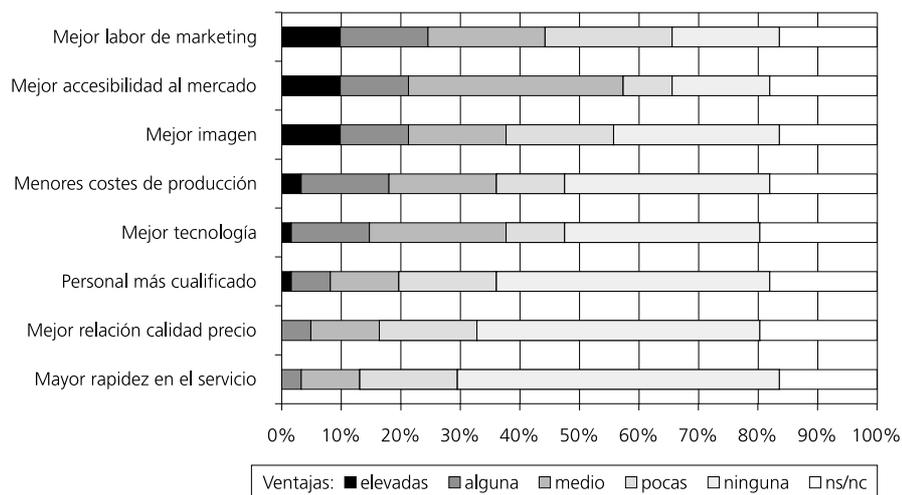
Tres cuartas partes de las empresas entrevistadas manifiestan dedicar tiempo de trabajo a la planificación de nuevas estrategias para su empresa. De estas, el 76,6 por ciento le dedica menos de un 25 por ciento, un 48,9 por ciento menos de un 10 por ciento. Sólo una empresa invierte en este trabajo más de un 75 por ciento de su tiempo.

Las empresas han dedicado, por término medio, el 21,7 por ciento de su personal a la captación de clientes con una inversión inferior a 18.000 euros en más de la mitad de los casos. Dicha inversión ha supuesto un incremento en sus clientes de un 39,9 por ciento (véase el Gráfico n.º 58).

Un 65 por ciento de las empresas mantiene algún tipo de colaboración empresarial con otras empresas del sector o de sectores conexos. Un 57 por ciento de las empresas que no tienen ningún tipo de acuerdo señala el interés en establecer alguno y el 92 por ciento de las que ya tienen acuerdos manifiesta estar interesada en iniciar nuevos acuerdos con otras empresas. Un 78,7 por ciento tiene una actitud positiva ante la generación de un *cluster* del sector de los servicios avanzados.

GRÁFICO N.º 57

Ventajas de los competidores de las empresas asturianas de la rama ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales (2000)



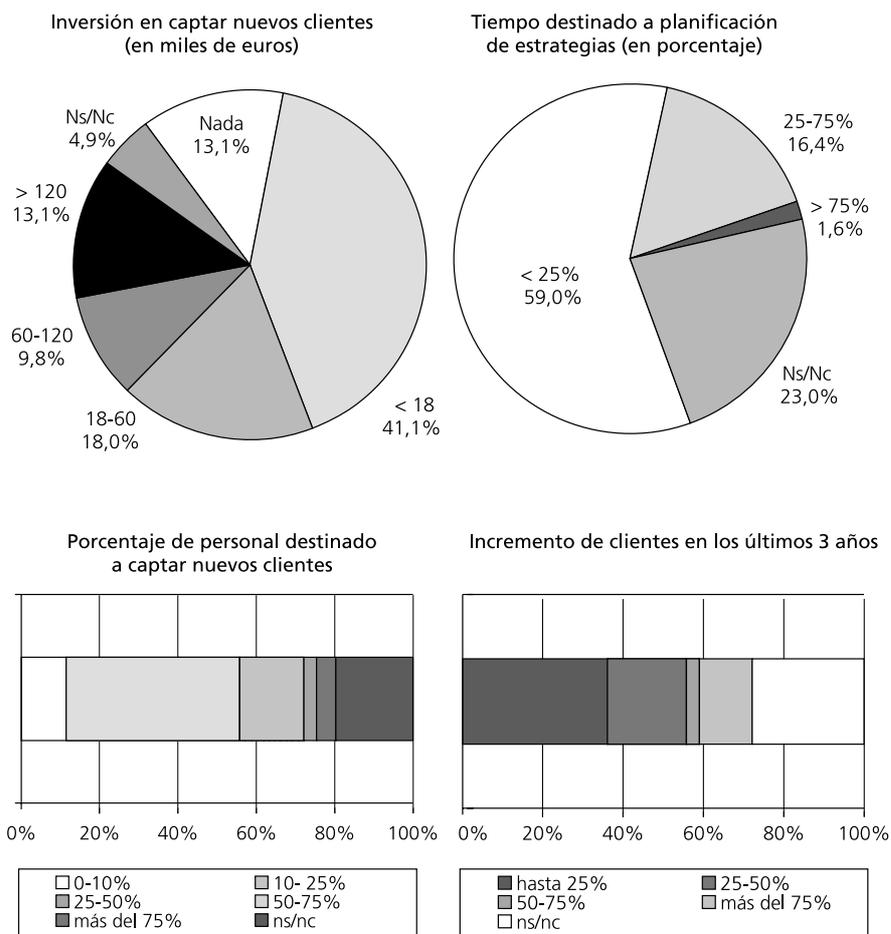
Fuente: elaboración propia.

Esta rama de los servicios avanzados a las empresas es la que cuenta con un mayor porcentaje de empresas certificadas en calidad o con certificaciones en curso, un 79 por ciento (17 puntos porcentuales por encima de la rama de recursos humanos que es la segunda con mayor porcentaje de empresas certificadas). De las creadas antes de 1997 sólo un 20 por ciento carece de certificación, y en cuanto a las posteriores a esa fecha, un 30 por ciento. Además, sólo un 20 por ciento manifiesta no haber realizado inversiones en esta materia. De las que si han invertido, el 75 por ciento lo han hecho en una cantidad inferior a los 18.000 euros.

Un 44,4 por ciento de las empresas invierte en proyectos de I+D+I. De ellas un 42,9 por ciento recibe ayudas públicas, siendo este porcentaje el mayor del sector. La cuantía de dichos proyectos es muy variada, como lo demuestra el hecho de que todos los tramos de inversión mostrados en el Gráfico n.º 59 estén representados con un porcentaje significativo. Los objetivos de estos proyectos también son muy variados: control de procesos industriales, desarrollo de sistemas de control, gestión, organización y calidad, así como objetivos más específicos, como la creación de una plataforma de comercio electrónico, la mejora de diferentes aparatos, entre otros (véase el Gráfico n.º 59).

GRÁFICO N.º 58

Mejora de la gestión empresarial de las empresas de la rama ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales (2000)

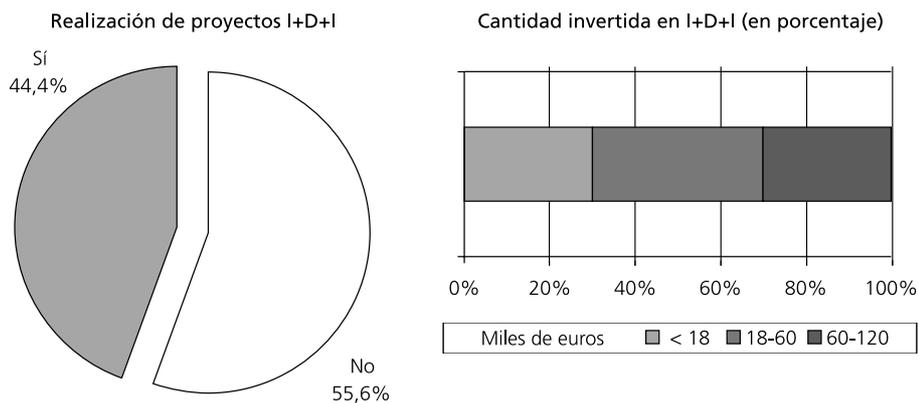


Fuente: elaboración propia.

Las empresas de la rama que comprende a las ingenierías, consultorías técnicas y empresas de servicios medioambientales son las más numerosas entre las analizadas y, por lo tanto, las que mayor demanda de cursos registran. El mayor número también significa una mayor heterogeneidad en las formulaciones de intenciones formativas. No obstante dos campos son los más destacables: primero las nue-

GRÁFICO N.º 59

Inversión en proyectos de I+D+I de las empresas de la rama ingeniería,
consultoría técnica y servicios medioambientales (2000)



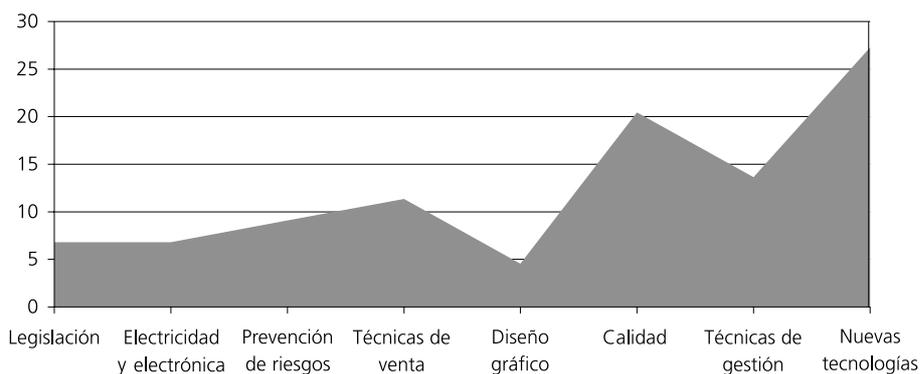
Fuente: elaboración propia.

vas tecnologías (con demandas de cursos informáticos, de sistemas, de programación y de redes, concretando en algunos casos una demanda de cursos ligados a las nuevas tecnologías de nivel avanzado) y segundo la calidad (donde no se especifica qué cursos ligados con la calidad son específicamente demandados). En un segundo nivel de importancia se encuentran los cursos formativos de técnicas de gestión, en los que no se perfila más que de forma genérica el contenido de los mismos. Así se demandan cursos de gestión, contabilidad o gestión de proyectos. En las técnicas de ventas los cursos más nombrados son los de idiomas, atención al cliente o marketing, igualmente de forma genérica. En última instancia se muestra una demanda minoritaria en los campos legislativos, específicamente ligados a la reglamentación de inspecciones, en el de electricidad y electrónica, con cursos genéricos, y en la prevención de riesgos laborales, también con cursos genéricos. De forma aislada se muestra una serie de cursos ligados con la energía, con la ingeniería industrial u otros aspectos técnicos sin especificar el área de estudio. En todos los casos el número de cursos formulados no suele superar la unidad.

Sólo un 8,5 por ciento de las empresas entrevistadas señala que la movilidad entre sus trabajadores ha sido alta. Sin embargo, los que la califican como moderada casi suponen el 50 por ciento. Los cuadros medios son los puestos que contribuyen a esa movilidad. Las contrataciones realizadas en los últimos años son

GRÁFICO N.º 60

Tipología de cursos demandados por las empresas asturianas de servicios avanzados de la rama ingeniería, consultoría técnica y servicios relacionados con el medio ambiente (porcentajes) (2000)

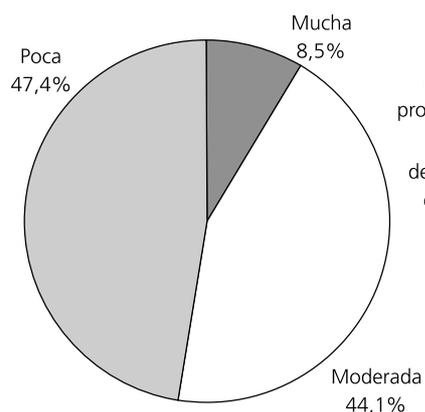


Fuente: elaboración propia.

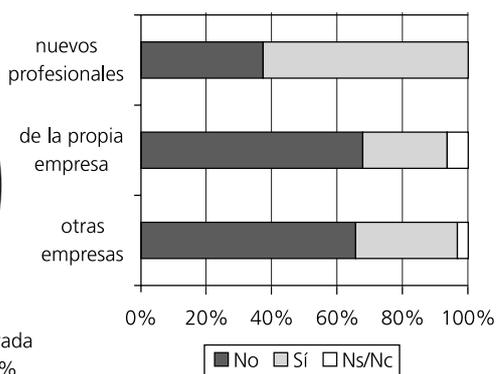
GRÁFICO N.º 61

Recursos humanos de las empresas asturianas de la rama ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales (2000)

Movilidad de los trabajadores



Procedencia de las últimas contrataciones



Fuente: elaboración propia.

principalmente nuevos profesionales del sector, que empiezan su carrera profesional en las empresas entrevistadas. Un rasgo distintivo de esta rama, respecto a las demás analizadas en este estudio, es el menor porcentaje de contratos realizados a personas que hubieran realizado prácticas en la propia empresa o que hubieran disfrutado de una beca (sólo un 27 por ciento frente a cifras superiores al 50 por ciento del resto de las ramas).

La rama agregada de empresas de ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales presenta indicadores muy positivos. La existencia de empresas de renombre nacional e internacional convierte a este conjunto de actividades terciarias avanzadas en el mejor situado del sector en la región. Sus tasas de internacionalización, número de patentes, comportamiento estratégico permiten augurar un futuro de mayor crecimiento si las empresas de estas ramas hacen una apuesta por la expansión hacia otros mercados.

Perfil de las empresas asturianas de la rama de ingeniería, consultoría técnica y servicios medioambientales:

- *El número medio de empleados está en torno a 40.*
- *Facturación media en el año 2000 asciende a más de 4.100 miles de euros.*
- *Se dirigen fundamentalmente al mercado regional (un 65 por ciento de la facturación se queda dentro de la región), nacional (con un 27 por ciento de la facturación) como internacional (con un 8 por ciento de la facturación de media).*
- *Emplean un 25 por ciento de su tiempo a la planificación de estrategias.*
- *Algo más de la mitad invierten en proyectos de I+D+I pero con inversiones más cuantiosas a la media del sector casi la mitad de ellas reciben ayudas para realizar esta I+D+I.*
- *Requieren formación en campos muy específicos de ingeniería y consultoría técnica u otros más genéricos de la calidad, las nuevas tecnologías o la gestión.*

4.5. Diseño, publicidad y comunicación: una rama centrada en el mercado regional

Las empresas de la rama del diseño, publicidad y comunicación³² se caracterizan porque se ubican casi en su práctica totalidad en núcleos urbanos (un 92 por ciento de los casos) y en concreto en los municipios de Oviedo y Gijón. El resto se localizan en polígonos industriales. Todas ellas son sedes centrales de capital regional que se crearon en un 56 por ciento de los casos durante la década de los noventa. Presentan además un alto nivel de asociación, un 75 por ciento afirma pertenecer a alguna asociación o colegio profesional, si bien se trata mayoritariamente de asociaciones de carácter regional y excepcionalmente nacionales o internacionales.

La facturación media ascendió en el año 2000 a 1.275 miles de euros lo que supone una tasa anual de crecimiento del 15,9 por ciento en términos nominales para el periodo 1998-2000. El número medio de empleados se ha mantenido estable en torno a 8 personas. El porcentaje de titulados superiores ha experimentado un incremento de casi 5 puntos en estos tres últimos años con una cifra del 45 por ciento del personal en el 2000, mientras que el porcentaje de mujeres se ha mantenido en torno a la mitad del empleo.

El principal destino de las ventas de estas empresas es el mercado regional, que absorbe un 81 por ciento de su facturación. El resto se dirige al mercado nacional con dos puntos de venta fundamentales: Madrid y Castilla-León. Las ventas internacionales entre estas empresas es algo totalmente excepcional. En cuanto al tipo de clientes, más de tres cuartas partes de las ventas se realizan a otras empresas y, en segundo lugar, a la Administración (un 12 por ciento) y a otros organismos públicos (un 10 por ciento).

Los competidores provienen fundamentalmente del ámbito regional (un 88 por ciento de las empresas así lo afirma), y en menor medida del nacional (un 24 por ciento). La competencia internacional es prácticamente inexistente. En este sentido es preciso recordar que el destino de las ventas de estas empresas es, en primer lugar, el mercado regional y, en segundo lugar, el nacional. Las principales ventajas que perciben en sus competidores son un mejor acceso al mercado y unos menores costes de producción. Asimismo, para algunas de las empresas estudiadas son apreciables en los competidores una mejor labor de marketing y

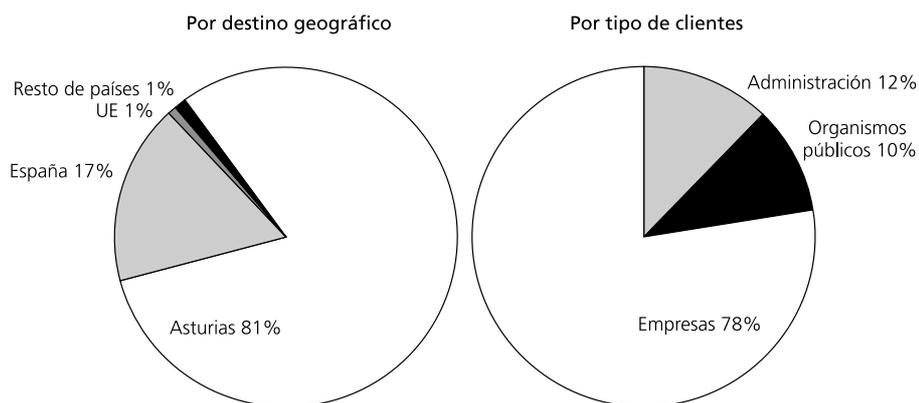
³² Nuevamente se opta por agrupar dos categorías de la clasificación propuesta por los mismos motivos por lo que se hizo así en los casos precedentes.

CUADRO N.º 18
Caracterización de las empresas asturianas de la rama de diseño, publicidad y comunicación (1998, 1999 y 2000)

	1998	1999	2000	Variación 98-00%
Facturación media (miles de euros)	1.100	1.200	1.275	15,90
Número medio de empleados	7,8	8,41	9	15,38
Porcentaje de titulados superiores	39,7	43,41	45,34	14,20
Porcentaje de mujeres	50,1	47,52	48,58	-3,15

Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N.º 62
Ventas de las empresas asturianas de las ramas de diseño, publicidad y comunicación (2000)



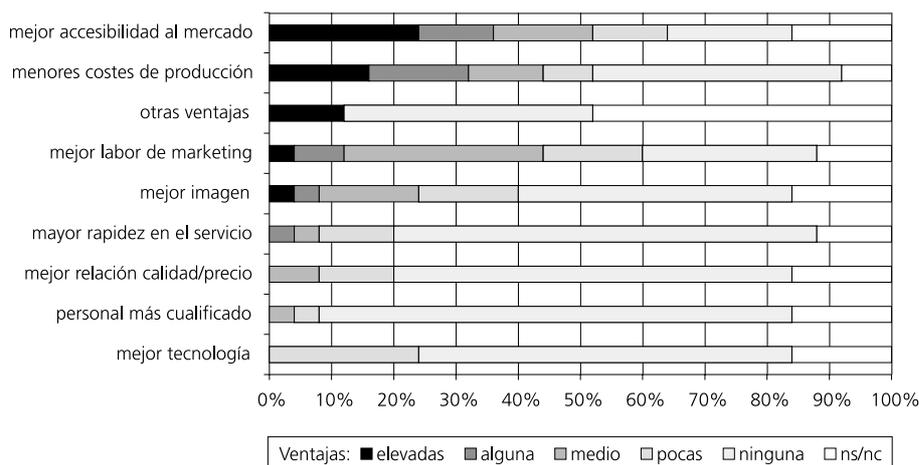
Fuente: elaboración propia.

otras ventajas. Sin embargo en aspectos como la imagen, la rapidez en el servicio, la calidad/precio, el personal y la tecnología las empresas consideran mayoritariamente que los competidores no presentan ventaja alguna.

Estas empresas dedican como media casi un 18 por ciento de su tiempo de trabajo a la planificación de nuevas estrategias empleando para ello a un 37,21 por ciento de su plantilla. La inversión realizada en el último año para la captación de nuevos clientes no supera en más de la mitad de los casos los 18.000 euros, habiendo logrado un incremento medio de clientes en torno al 40 por ciento en el periodo 1998-2000. Es preciso destacar el hecho de que no parece exis-

GRÁFICO N.º 63

Ventajas de los competidores de las empresas asturianas de las ramas de diseño, publicidad y comunicación (2000)



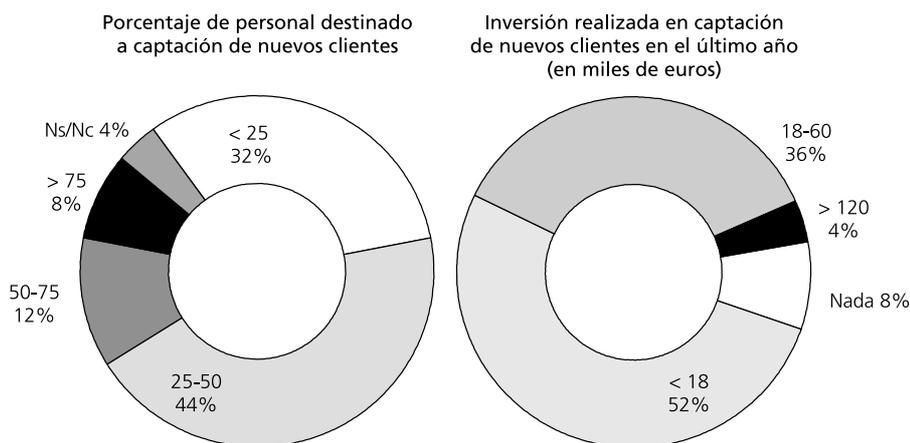
Fuente: elaboración propia.

tir correlación entre la plantilla dedicada a acciones de captación de nuevos clientes con el incremento logrado. Es decir, las empresas que más trabajadores dedican a tales acciones no son necesariamente las que mayores incrementos han logrado en cuanto a su número de clientes. De igual forma las inversiones realizadas durante el último año no parecen guardar relación con el incremento en la cartera de clientes.

La importancia que las empresas de estas ramas dan a las cuestiones de calidad es más bien escasa a la vista de los resultados obtenidos. Más de la mitad afirman carecer de algún certificado de calidad. Si se analizan estos datos según el año de creación de la empresa las creadas en el periodo 1997-2000 no tienen certificación alguna mientras que en las creadas con anterioridad al 1997 solamente la mitad lo presentan. Además un 56 por ciento afirma no haber realizado ninguna inversión en el último año destinada a acciones de mejora de la calidad y el 36 por ciento no dispone de personal alguno dedicado a la gestión de calidad. Véase el gráfico n.º 65.

En cuanto a acciones de investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) solamente las empresas de diseños industrial llevan a cabo este tipo de proyectos, es-

GRÁFICO N.º 64
Acciones para la captación de clientes por las empresas
asturianas de la rama de diseño, publicidad
y comunicación (2000)

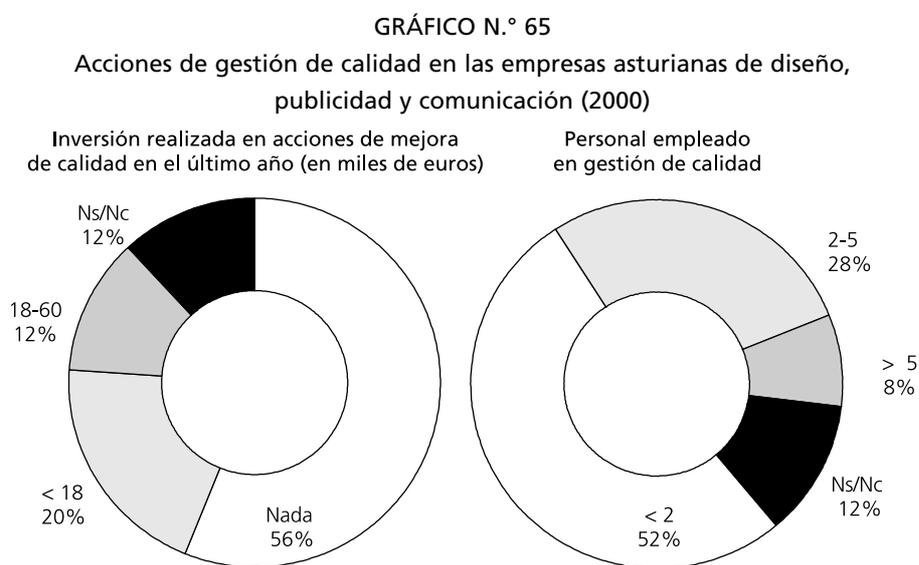


Fuente: elaboración propia.

to es, un 16 por ciento sobre el total de empresas de la rama analizada. Para el desarrollo de los mismos todas afirman contar o haber contado con ayudas públicas, en concreto, con subvenciones del IDEPA y de proyectos europeos.

Conviene destacar el hecho de que la importancia que le otorgan a la calidad como una de sus cualidades más sobresalientes no se corresponde con las acciones que luego llevan a cabo para su mejora que son escasas.

La formación es considerada como un factor estratégico. Las dos áreas temáticas más demandadas, diseño y nuevas tecnologías, pueden interpretarse por separado como dos líneas formativas paralelas. Sin embargo, los cursos demandados de informática (en general informática avanzada) son mayoritariamente sobre diseño por ordenador. Asimismo, en los cursos de diseño demandados se requiere la utilización de las herramientas informáticas. Dentro de ese espectro de cursos las empresas no llegan a concretar nivel de la formación, sino que muestran las preferencias únicamente de la combinación diseño-nuevas tecnologías. De manera minoritaria son demandados algunos cursos de marketing o comerciales, al igual que alguno de gestión o contabilidad.



Fuente: elaboración propia.

Las empresas asturianas de publicidad, comunicación y diseño tienen una capacidad competitiva estrictamente ceñida al mercado regional pero con volúmenes de facturación muy elevados. Se identifican posibilidades de desarrollo futuro, pero también claras amenazas externas. El impulso del sector pasa por una mayor formación y el estímulo de acciones de expansión.

Perfil de las empresas asturianas de la rama del diseño, publicidad y comunicación:

- *El número medio de empleados está en torno a 8.*
- *Facturación media en el año 2000 asciende a más de 1.200 miles de euros.*
- *Se dirigen fundamentalmente al mercado regional (prácticamente no exportan).*
- *Emplean un 18 por ciento de su tiempo a la planificación de estrategias.*
- *Sólo las empresas de diseño industrial realizan I+D+I.*
- *Hay mayores requerimientos de formación entre las empresas de diseño en los campos de aplicación de las nuevas tecnologías al diseño y cursos generales de informática.*

4.6. Resumen y consideraciones a partir del estudio desagregado

El análisis desagregado hecho en estas hojas ha permitido, además de profundizar en algunos aspectos ya tratados en el apartado anterior, ver la alta heterogeneidad existente dentro del sector de los servicios avanzados a las empresas a pesar de que se trate de un conjunto de actividades muy concreto y correctamente delimitado.

Así por ejemplo, nos encontramos con que los rangos de facturación son muy diferentes, desde las cifras de más de 4.000 miles de euros facturados de media al año en las empresas de ingeniería a los alrededor de 300 miles de euros que de media se facturan al año en las empresas de asesoría y gestión empresarial avanzada o en las de recursos humanos (en el medio se quedan las empresas de diseño, publicidad e informática que facturan una media anual próxima a los 1.200 miles de euros). Esto también se observa en términos de empleo ya que las ingenierías tienen una media de 45 empleados por empresa y año y todas las demás tienen menos de 20 empleados desde las empresas de informática y nuevas tecnologías (14 empleados de media al año) hasta las empresas de asesoría y gestión empresarial (con 6 empleados de media al año). Hay grupos de actividad que dedican esfuerzos importantes a nuevos proyectos de I+D+I como la informática y las nuevas tecnologías de la información o las ingenierías, mientras que otras ramas como la publicidad o los recursos humanos dedican un esfuerzo mucho menor. Lo mismo ocurre con otros aspectos de la estrategia empresarial tales como la calidad, el tiempo dedicado al diseño de nuevas estrategias, o el grado de internacionalización. Así hay actividades que han logrado competir en el ámbito nacional, principalmente las empresas de ingenierías e informática, y otras que sólo buscan mantener sus cotas de mercado regional como el diseño, la publicidad o los recursos humanos.

Esta heterogeneidad obliga a que sea necesario diseñar políticas flexibles que puedan adaptarse a las peculiaridades de cada rama de actividad. Los servicios de informática y nuevas tecnologías han logrado ser muy dinámicos experimentando un crecimiento muy fuerte y una capacidad competitiva amplia. Sin embargo son los más expuestos a la competencia nacional o internacional con lo que hay que cuidar mucho que no se produzca obsolescencia técnica ni formativa. Algo parecido les ocurre a las empresas de ingeniería y consultoría técnica que, fruto de un esfuerzo considerable, han logrado una posición de primer orden en el contexto nacional. Una decidida actuación sobre este sector que estimule la I+D+I, la

cooperación con empresas internacionales o entre las propias empresas de la región puede hacer que Asturias sea un referente nacional en este campo. Otros sectores como la asesoría empresarial avanzada o la publicidad han logrado mantenerse dentro de la región pero no han iniciado procesos de expansión hacia otros mercados, entre otras cosas por la dificultad de competir con las grandes firmas nacionales o internacionales de este sector. Sin embargo, corren un riesgo importante de tener que competir pronto con esas firmas por los clientes regionales ante la creciente integración de mercados en el sector de los servicios a empresas. Urge, por lo tanto, articular planes de expansión, formación y desarrollar estrategias de cooperación empresarial que permitan minimizar ese riesgo en el futuro. Otro tanto de lo mismo ocurre con los recursos humanos, una rama que logra obtener facturaciones muy elevadas, el mayor incremento de clientes de todo el sector, la que más tiempo dedica a la planificación de estrategias futuras, pero una de las que menos actividad fuera de la región tiene. Aunque esto es fruto de la menor exposición a la competencia a distancia de estas actividades conviene adoptar estrategias de expansión que permitan, al hacer crecer los mercados, alcanzar un grado de especialización mayor.