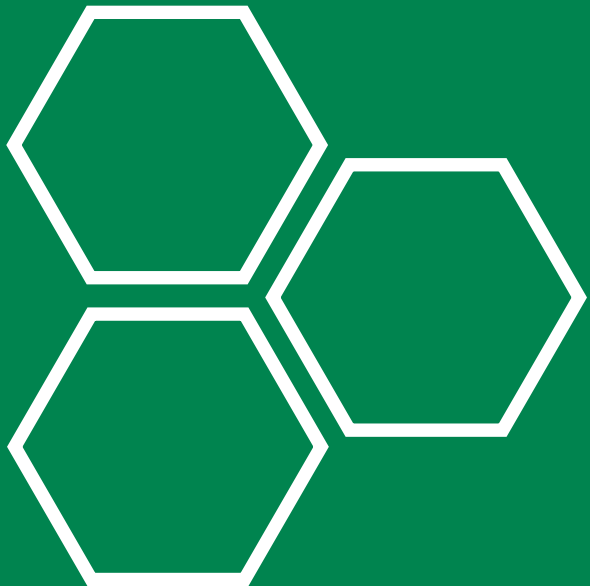


INFORME DE PROSPECCIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN DURANGALDEA

ÍNDICE

01. CONTEXTO DE LA COMARCA.....	3
01.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO.....	4
01.2. PRINCIPALES DATOS ECONÓMICOS DE LA COMARCA.....	5
01.3. ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS CREADAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS.....	7
01.4. BUENAS PRÁCTICAS CONSEGUIDAS.....	17
02. TENDENCIAS ACTUALES.....	25
02.1. MARCO DE TENDENCIAS EN EUSKADI.....	26
02.2. MARCO DE TENDENCIAS A NIVEL ESTATAL.....	27
02.3. CONCLUSIONES GLOBALES Y DEFINICIÓN DE TENDENCIAS.....	29
03. ANÁLISIS DE LA COMARCA FRENTE A OTROS ENTORNOS.....	33
03.1. COMPARATIVA CON OTRA COMARCA DE EUSKADI.....	34
03.2. COMPARATIVA CON OTRA COMARCA DE ESTATAL ÁREA METROPOLITANA DE BARCELONA.....	37
03.3. COMPARATIVA CON OTRA COMARCA EUROPEA: ALEMANIA.....	42
03.4. CONCLUSIONES GENERALES.....	46
04. OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS.....	49
04.1. ECONOMÍA CIRCULAR.....	50
04.2. MOVILIDAD SOSTENIBLE.....	51
04.3. INDUSTRIA 4.0.....	52
04.4. ENERGÍAS LIMPIAS Y EFICIENCIA ENERGÉTICA.....	54
04.5. INDUSTRIAS CREATIVAS.....	55
04.6. BIENESTAR Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES.....	56
04.7. SILVER ECONOMY Y ENVEJECIMIENTO ACTIVO.....	57
05. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS.....	59
05.1. PRINCIPALES CONCLUSIONES SOBRE LA SITUACIÓN GENERAL.....	60
05.2. PROPUESTA DE POSIBLES MEDIDAS Y ACCIONES A DESARROLLAR.....	61



01 CONTEXTO DE LA COMARCA



01.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

El presente informe responde a la necesidad de Durangaldeko Behargintza de llevar a cabo un trabajo de prospección de oportunidades de negocio que sean susceptibles de implementarse en la comarca.

Durangaldeko Behargintza creó a finales del pasado año 2019 el foro de Formación y Empleo “Alkarregaz Eraikiz”, un espacio de reflexión y colaboración estable, cuyo objetivo es aumentar la empleabilidad de las personas de Durangaldea y mejorar la competitividad de las empresas de la comarca. El 8 de noviembre del 2019 tuvo lugar la primera jornada de este foro, la cual fue organizada por la propia Agencia Comarcal de Desarrollo.

La sesión de trabajo se desarrolló mediante la técnica de ‘Open Space’ con el fin de favorecer la reflexión compartida y la generación de sinergias entre los, cerca de, 50 agentes participantes de centros formativos, asociaciones, empresas y ayuntamientos de la comarca. El objetivo de la iniciativa fue realizar un diagnóstico compartido de la situación del empleo y definir posibles líneas de trabajo que permitan mejorar la inserción laboral en la comarca, “tanto por cuenta ajena, como por cuenta propia”.

A raíz de esta primera reflexión, el foro concluye en que existe la necesidad de realizar una prospección de los mercados con mayor potencial para el emprendimiento y de facilitar metodologías apropiadas e idóneas a todas aquellas personas dispuestas a emprender.

OBJETIVO DEL INFORME

De esta manera, este informe, además de exponer las mejores oportunidades de autoempleo relacionados con el comercio y los servicios a la ciudadanía, se centrará en reflejar las mejores oportunidades en cuanto a servicios conexos a la industria comarcal, así como a sectores emergentes o en auge, en la línea de las prioridades estratégicas comarcales:

- Economía circular.
- Energías limpias.
- Movilidad sostenible.
- Industria 4.0.
- Industrias creativas.

01.2 PRINCIPALES DATOS ECONÓMICOS DE LA COMARCA

A pesar del fuerte crecimiento del comercio y de los servicios en Durango, localidad referente y capital de servicios en Durangaldea, la comarca sigue manteniendo su carácter industrial, ya que los sectores industriales suponen más del 40% del VAB de la comarca según los datos que refleja EUSTAT ¹, muy por encima de la media de Bizkaia (19,3%) y el conjunto de la Comunidad Autónoma Vasca (24,2%). Siendo Durangaldea la segunda comarca más industrializada de Bizkaia, sólo detrás de Arratia-Nebioi. Todos los municipios que conforman la mancomunidad tienen un peso industrial por encima del 30% del total del VAB, excepto Durango y Garai, destacando Izurtza con el 84,2%, Atxondo 76,9%, Mallabia (75,7%), Berriz (62,4%), Zaldibar (52,2%) y Abadiño (51,4%).

Durango, con un peso industrial del 16,4% del VAB total, se mantiene en la cabeza de la comarca, con un importante papel de los sectores de servicios, que suponen más del 75% del VAB total. Algo que favorece su centralidad.

A excepción de Garai, con el 6,4%, y Mañaria, con el 2,9% del total, el sector primario es una parte muy pequeña de la actividad económica de los municipios. Su peso está por debajo de la media de la CAV y de la media del territorio, no llegando al 1%.

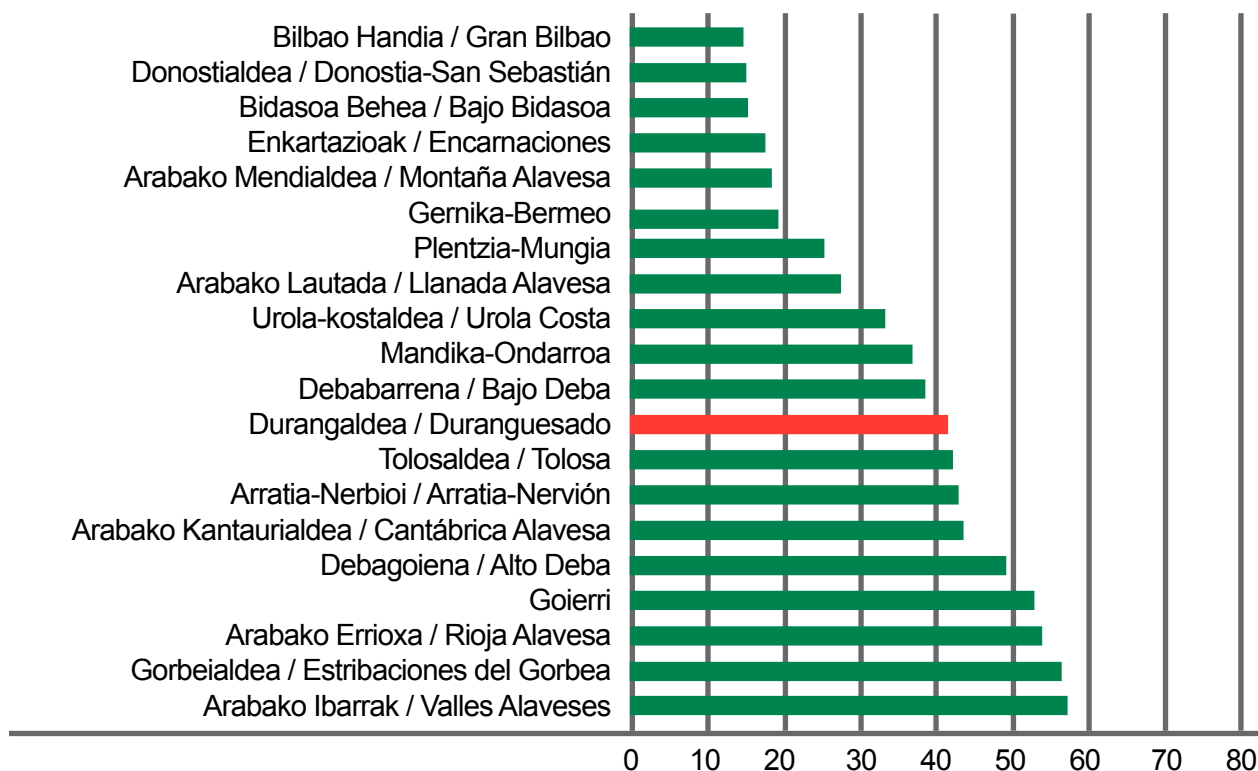


Tabla 1: Reparto porcentual del VAB por sectores de actividad en los municipios de Durangaldea. 2017

¹Fuente: EUSTAT.

	PRIMARIO	INDUSTRIA Y ENERGÍA	CONS-TRUC.	COMERCIO, HOSTELERÍA Y TRANSP.	ADMIN. PÚBLICA, EDUCACIÓN, SANIDAD Y SERV. SOCIALES	RESTO DE SERVICIOS
MUNICIPIOS DE LA MANCOMUNIDAD						
ABADIÑO	0,2	51,4	3,3	16,7	4,5	24
DURANGO	0,9	76,9	1,5	11,7	1,8	7,3
ATXONDO	0,1	16,4	6,4	17,2	17,7	42,3
ELORRIO	0,7	36,1	3,5	33,6	7,6	18,5
GARAI	6,4	3,5	7,2	24,4	13,4	45,1
IURRETA	0,2	49,7	2,5	15,9	20,8	10,9
IZURTZA	0,6	84,2	0,7	8,9	2	3,6
MAÑARIA	2,9	49,9	5,5	11,3	6,2	24,2
ZALDIBAR	0,4	57,2	2,3	12,5	18,2	14,5
OTROS MUNICIPIOS DE DURANGALDEA						
AMOREBIE-TA-ETXANO	0,3	36,5	4,3	30,7	5,3	22,9
BERRIZ	0,9	62,4	3	10,8	4,1	18,8
ERMUA	0,1	42,6	7,6	14,2	8,2	27,6
BIZKAIA						
BIZKAIA	0,9	19,3	5,9	22	16,2	35,7
EUSKADI						
EUSKADI	1	24,2	5,7	20,9	16,7	31,5

Tabla 1: Reparto porcentual del VAB por sectores de actividad en los municipios de Durangaldea. 2017

01.3 ANÁLISIS DE LAS EMPRESAS CREADAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

En el presente apartado se llevará a cabo un análisis en torno a la creación de nuevos negocios en la comarca de Durangaldea durante los últimos tres años, que al mismo tiempo han solicitado el asesoramiento y tutorización del Durangaldeko Behargintza.

ASPECTO A ANALIZAR

Los aspectos a analizar en este punto referente a la creación de nuevos negocios son los siguientes:

- ◆ Personas asesoradas y su procedencia.
- ◆ Situación laboral de las personas asesoradas.
- ◆ Perfil de las personas asesoradas.
- ◆ Tipología de las actividades asesoradas.
- ◆ Tipología y localización de las empresas y puestos de trabajo creados.
- ◆ Forma jurídica de los negocios creados.

PERSONAS ASESORADAS Y SU PROCEDENCIA

La siguiente tabla 2 refleja la cantidad personas que han sido asesoradas para poner en marcha un negocio en la comarca y la procedencia de cada una de ellas. Los valores se muestran en unidades y en porcentajes sobre el total.

²Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

SITUACIÓN LABORAL DE LAS PERSONAS ASESORADAS

Esta tabla muestra la situación laboral de cada una de las personas que han sido asesoradas por Durangaldeko Behargintza en los últimos tres años, es decir, muestra si están en activo o están desempleadas. Los valores se muestran en unidades y en porcentajes sobre el total.

Año	En activo				En desempleo				Total
	H%		M%		H%		M%		
2019	22	21%	39	36%	23	21%	24	22%	108
2018	24	24%	30	31%	24	24%	20	21%	98
2017	25	19%	28	21%	32	25%	46	35%	131

Tabla 3: Situación laboral de las personas asesoradas

² Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

PERFIL DE LAS PERSONAS ASESORADAS

La siguiente tabla refleja el perfil de las personas asesoradas en los últimos tres años por Durangaldeko Behargintza, es decir, el nivel de formación que poseen las personas que han sido asesoradas.

	GRADUADO FP I C.F.G.M.			ESO DBH			BACHILLER COU			FP II C.F.G.S.			DIPLOMATURA GRADO			LICENCIATURA			TOTAL		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
<25	H 1	1	1	0	2	1	2	1	0	2	0	0	0	0	0	5	4%	4	4%	5	5%
	M 2	1	1	0	0	0	0	1	1	2	3	1	0	0	0	7	5%	5	5%	3	3%
25-35	H 7	3	2	2	2	3	0	0	2	3	9	2	3	3	1	21	16%	17	17%	14	13%
	M 6	3	4	1	0	0	3	1	3	6	8	4	3	6	10	29	22%	20	20%	21	19%
36-45	H 3	8	3	2	0	4	5	4	3	2	4	2	1	1	3	16	12%	17	17%	15	14%
	M 3	2	2	0	1	1	2	1	2	6	3	8	6	6	2	19	15%	15	16%	22	20%
>45	H 6	1	0	1	2	0	1	1	4	2	1	4	4	0	2	15	11%	10	10%	11	10%
	M 7	0	4	0	0	2	1	2	3	6	2	2	1	1	4	19	15%	10	10%	17	16%
TOTAL	35 27%	19 20%	17 16%	6 5%	7 7%	11 10%	14 11%	10 10%	18 17%	29 22%	30 31%	23 21%	24 18%	14 14%	19 18%	23 17%	18 18%	20 18%	131	98	108

Tabla 4: Perfil de las personas asesoradas

² Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

TIPOLOGÍA DE ACTIVIDADES ASESORADAS

La presente tabla refleja el sector al que pertenecen las actividades asesoradas por Durangaldeko Behargintza en los últimos tres años.

SECTOR	S. EMPRESAS			S. PERSONAS			COMERCIO			HOSTELERIA			INDUSTRIA			TRANSPORTE			CONSTRUC.			
	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	
AÑO	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	
ABADIÑO	0	1	3	3	4	6	4	5	3	5	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
DURANGO	12	5	5	26	22	20	18	13	17	6	5	8	0	3	1	0	0	2	0	0	0	0
BERRIZ	2	2	1	2	2	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
ATXONDO	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0
ELORRIO	0	1	0	5	1	4	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
IURRETA	0	0	0	2	1	4	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
IZURTZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MAÑARIA	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALDIBAR	3	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
GARAI	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RESTO	2	0	1	5	4	2	2	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0

Tabla 5: Tipología de actividades asesoradas

² Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

SECTOR	AGR/GAN/FOR			ARTE			ARTESANÍA			TURISMO			TOTAL		
	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19	17	18	19
AÑO	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0	12	13	15
ABADIÑO	1	1	0	1	1	0	0	0	0	2	0	0	66	50	53
DURANGO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	6	4
BERRIZ	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	5	3	2
ATXONDO	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	8	5	5
ELORRIO	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	3	6
IURRETA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IZURTZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
MAÑARIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	3
ZALDIBAR	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	0
GARAI	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	10	6	7
RESTO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabla 5: Tipología de actividades asesoradas

² Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

TIPOLOGÍA Y LOCALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS Y PUESTOS DE TRABAJO CREADOS

La siguiente tabla refleja el tipo de actividad, localización y los puestos de trabajo generados por las empresas constituidas y asesoradas en los últimos tres años en Durangaldea.

2017	S. EMPRESAS		S. PERSONAS		HOSTEL.		COMERCIO		INDUSTRIA		AGR/GAN/ FOR		ARTE		ARTESANÍA		TOTAL	
	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl
ABADIÑO	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
ATXONDO	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
DURANGO	8	8	13	17	3	7	9	15	0	0	0	0	2	4	0	0	35	51
ELORRIO	0	0	3	5	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	5	7
IURRETA	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
IZURTZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MAÑARIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZALDIBAR	2	2	0	0	0	0	1	1	1	3	0	0	0	0	0	0	4	6
RESTO	3	3	3	4	1	2	3	5	0	0	0	0	0	0	0	0	10	14
TOTAL	13 (22%)	13 (15%)	21 (34%)	29 (34%)	16 (27%)	24 (28%)	8 (15%)	9 (12%)	1 (2%)	3 (4%)	1 (2%)	1 (1%)	2 (3%)	4 (5%)	1 (2%)	1 (1%)	60	85

Tabla 6: Tipología y localización de las empresas y puestos de trabajo creados

² Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

2018	S. EMPRESAS		S. PERSONAS		HOSTEL.		COMERCIO		INDUSTRIA		AGR/GAN/ FOR		TURISMO		TOTAL	
	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl
ABADIÑO	0	0	5	8	2	5	1	1	0	0	0	0	0	0	10	18
ATXONDO	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
BERRIZ	2	3	2	3	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	5	8
DURANGO	9	14	16	20	2	3	6	6	0	0	0	0	0	0	33	43
ELORRIO	0	0	1	1	1	3	2	2	0	0	0	0	0	0	4	6
GARAI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IURRETA	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	3	3
IZURTZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MAÑARIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1
ZALDIBAR	1	1	0	0	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	2	2
RESTO	0	0	2	3	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3	6
TOTAL	13 (21%)	19 (21%)	28 (45%)	37 (42%)	6 (10%)	14 (16%)	11 (18%)	12 (14%)	1 (2%)	1 (1%)	1 (2%)	1 (1%)	2 (4%)	4 (5%)	62	88

Tabla 6: Tipología y localización de las empresas y puestos de trabajo creados

² Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

2019	S. EMPRESAS		S. PERSONAS		HOSTEL.		COMERCIO		CONSTRUC.		AGR/GAN/ FOR		TRANSP.		ARTE		TOTAL		
	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	Empr	Empl	
ABADIÑO	3	4	4	5	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	12
ATXONDO	0	0	1	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	4
BERRIZ	1	1	2	3	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	6
DURANGO	3	3	11	15	1	2	6	7	1	1	0	0	1	1	0	0	0	23	29
ELORRIO	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	4	4
GARAI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1
IURRETA	0	0	2	9	1	3	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	5	14
IZURTZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MAÑARIA	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
ZALDIBAR	0	0	1	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3
RESTO	1	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
TOTAL	9 (16%)	10 (13%)	25 (45%)	38 (50%)	6 (11%)	13 (17%)	8 (15%)	9 (12%)	1 (2%)	1 (1%)	4 (7%)	4 (5%)	1 (2%)	1 (1%)	1 (2%)	1 (1%)	55 (100%)	77 (100%)	

Tabla 6: Tipología y localización de las empresas y puestos de trabajo creados

² Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

FORMA JURÍDICA DE LOS NEGOCIOS CREADOS

Finalmente, esta última tabla refleja la forma jurídica de los negocios asesorados y creados en Durangaldea en los últimos tres años.

	EMPRESARIO/A INDIVIDUAL			C.B. S.C.			COOP.			S.L.			S.A.			TOTAL		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
SERVICIOS A EMPRESAS	13	10	7	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	13 (22%)	13 (21%)	9 (16%)
SERVICIOS A PERSONAS	18	22	19	3	4	3	0	1	0	0	1	2	0	0	0	21 (35%)	28 (45%)	25 (45%)
COMERCIO	15	10	8	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16 (27%)	11 (18%)	8 (15%)
HOSTELERÍA	5	5	5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5 (7%)	6 (9%)	6 (11%)
AGR / GAN / FOR	1	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (2%)	1 (2%)	4 (7%)
CONSTRUCCIÓN	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 (0%)	0 (0%)	1 (2%)
TRANSPORTE	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 (0%)	0 (0%)	1 (2%)
ARTE	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 (0%)	0 (0%)	1 (2%)
ARTESANÍA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (2%)	0 (0%)	0 (0%)
TURISMO	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0 (0%)	2 (3%)	0 (0%)
ARTISTAS	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 (3%)	0 (0%)	0 (0%)
INDUSTRIA	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 (2%)	1 (2%)	0 (0%)
TOTAL	55 (92%)	49 (79%)	46 (84%)	5 (8%)	8 (13%)	3 (5%)	0 (0%)	2 (3%)	2 (4%)	0 (0%)	3 (5%)	3 (5%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (2%)	60	62	55

Tabla 7: Forma jurídica de los negocios creados.

²Fuente: Durangaldeko Behargintza | Informe de actividades.

01.4 BUENAS PRÁCTICAS CONSEGUIDAS

En este apartado se reflejan diferentes casos de buenas prácticas llevadas a cabo en cuanto a la puesta en marcha de negocios en la comarca de Durangaldea. Para ello, se ha realizado una clasificación de los negocios puestos en marcha en relación a los sectores mencionados en los apartados anteriores.

SERVICIOS A EMPRESAS

Nombre comercial: Zuremenua.

Ubicación: PG/Industrial Arriandi, 2-24 48215 Iurreta, Bizkaia.

Actividad:

- Creación y reparto de menús equilibrados para empresas y particulares.
- Servicios de catering.

Tamaño de la empresa: PYME

Figura jurídica: Sociedad limitada.

Componente diferencial: Es un negocio del sector gastronómico que se ha adaptado a la realidad de la sociedad de hoy en día en cuanto al estilo de vida y los hábitos alimentarios. La sociedad en general demanda reducir el tiempo en cocina y a un precio módico. Zuremenua ha conseguido integrar en su propuesta de valor esas tres premisas, creando una cocina central desde la cual cocinan a gran escala y consiguen distribuir a sus clientes ubicados en la zona central de Euskadi.

Nombre comercial: Ekidom Energías Renovables.

Ubicación: Eitua Ind. Pol., 50, 48240 Berriz, Bizkaia.

Actividad:

- Instalación y mantenimiento de equipos de energías renovables.

Tamaño de la empresa: PYME

Figura jurídica: Sociedad limitada.

Componente diferencial: Es un negocio referente en la comarca y alrededores en el sector de las energías renovables. El proyecto nació con una clara vocación en torno a la energía solar y fotovoltaica, pero las restricciones legales les llevaron a buscar alternativas viables en otras especialidades como son la geotermia, aerotermia y la biomasa. Ekidom está siempre al corriente de las últimas tendencias tecnológicas del sector de las energías renovables acudiendo a ferias internacionales e importando diferentes soluciones. Además, también ha participado como expositor en ferias regionales como pueden ser Berdeago, Bioterra y Bioaraba.

● **Nombre comercial:** Strike Comunicación.

● **Ubicación:** Andra Mari Kalea, 3, 1ºC, 48200 Durango.

● **Actividad:**

- Diseño gráfico y web.
- Community manager y posicionamiento SEO.

● **Tamaño de la empresa:** Microempresa.

● **Figura jurídica:** Sociedad limitada.

● **Componente diferencial:** Es un negocio referente del sector de las artes gráficas y plataformas digitales en Durangaldea. Su equipo, compuesto por programadores y diseñadores web, está siempre al tanto de las últimas tendencias de diseño y de las soluciones y aplicaciones más innovadoras en el entorno digital. Ejemplo de ello es haber realizado muchos de los trabajos creativos y de programación de la comarca.

● SERVICIOS A PERSONAS

● **Nombre comercial:** Bapobapo.com

● **Ubicación:** C/ Artekale 23 1º - Oficina 1, 48200 Durango.

● **Actividad:**

- Reparto de comida a domicilio online.

● **Tamaño de la empresa:** PYME

● **Figura jurídica:** Sociedad limitada.

● **Componente diferencial:** Es un negocio referente en la comarca que combina aspectos como el comercio electrónico y la logística de última milla para dar un servicio a la ciudadanía en materia de comida a domicilio. Los establecimientos hosteleros del sector son los agentes clave, ya que preparan la comida que reciben los usuarios en sus casas.

Nombre comercial: Asador Piopio.

Ubicación: Polígono Industrial Urbitarte 2 - Nave P11, 48220, Abadiño.

Actividad:

- Asador de pollos y comida para llevar.
- Servicios de catering.

Tamaño de la empresa: PYME

Figura jurídica: Sociedad limitada.

Componente diferencial: Es un negocio que se inicia como referente en la comarca en cuanto al asado de pollos se refiere. Con el paso de los años ha ido ampliando su oferta de producto, su número de establecimientos físicos y, por consiguiente, su capacidad de producción de pollos y menús para llevar. Además, dentro de su propuesta de valor integra también el reparto a domicilio de sus productos

Nombre comercial: Bizibike.

Ubicación: Zeharkalea Kalea, 12, 48200 Durango, Bizkaia.

Actividad:

- Venta y reparación de bicicletas y accesorios.

Tamaño de la empresa: Microempresa.

Figura jurídica: Empresario individual.

Componente diferencial: Es un negocio referente en la comarca de Durangaldea en cuanto a la venta de bicicletas. Bizibike ha revolucionado el mercado, acercando la bicicleta a todo tipo de públicos mediante la oferta de modelos plegables y eléctricos. En definitiva, un negocio que ha creado cultura en la comarca, sobre todo en la ciudad de Durango. Además, ha ido creciendo al mismo tiempo que han crecido los kilómetros de bidegorri en la zona.

COMERCIO

Nombre comercial: Txirula Musik.

Ubicación: Pol Ertzilla, Pab 5 nº 20 Iurreta 48215 Bizkaia.

Actividad:

- Venta al por mayor de aparatos y equipos musicales.

Tamaño de la empresa: PYME

Figura jurídica: Sociedad limitada.

Componente diferencial: Txirula Musik es un establecimiento ubicado en Iurreta, pero referente al mismo tiempo en su sector, tanto en la comarca como en todo Euskadi. Su modelo de negocio ha revolucionado el mercado, ofreciendo a los amantes de la música una gran variedad de referencias de aparatos y equipos musicales a precios de mercado. Su especialización y su constante adaptación a las tendencias globales, como es la digitalización, han hecho que esta empresa siga pudiendo competir con otros agentes a nivel global, y además ofrece un gran valor añadido a la hora de ofrecer diferentes salas para poder probar los equipos in situ y asegurar la calidad de la compra. Todos estos argumentos, hacen que Txirula Musik sea el aliado perfecto para muchos de los agentes pertenecientes a la industria creativa vasca.

Nombre comercial: Izarbide.

Ubicación: C/ Kalebarria 7 Lonja, 48200 Durango, Bizkaia.

Actividad:

- Venta de productos ecológicos de alimentación, cosmética, higiene y limpieza.

Tamaño de la empresa: PYME

Figura jurídica: Sociedad limitada.

Componente diferencial: Es un referente en la comarca de Durangaldea por la venta de productos ecológicos. Izarbide nace en Durango en el año 2008 y expande su modelo de tienda durante estos últimos años hasta lograr tener siete ubicaciones en diferentes localidades de Bizkaia y Gipuzkoa. Además, ha sido también capaz de adaptar su modelo de negocio al entorno digital, poniendo a disposición de los consumidores su propia tienda online. Izarbide, se ha consolidado como tienda de cercanía y confianza para todos aquellos consumidores concienciados con la salud y el ecologismo.

● **Nombre comercial:** Ogien artean.

● **Ubicación:** C/ Andra Mari 18 Bajo, 48200 Durango, Bizkaia.

● **Actividad:**

- Elaboración y venta de productos de panadería y pastelería de larga duración.

● **Tamaño de la empresa:** Microempresa

● **Figura jurídica:** Sociedad limitada.

● **Componente diferencial:** El motivo por el que Ogien artean es referente en la localidad de Durango es por su elaboración y venta de productos de panadería y repostería. Nace en el año 2013 con el objetivo de ofrecer una amplia variedad de productos de panadería y repostería totalmente caseros y con una elaboración artesanal a un precio razonable. Además, su ubicación céntrica hace que sea accesible para toda la ciudadanía.

● HOSTELERÍA

● **Nombre comercial:** Sushi Gallery.

● **Ubicación:** C/ Andra Mari 18 Bajo, 48200 Durango, Bizkaia.

● **Actividad:**

- Restauración. Elaboración, venta y formación sobre productos relacionados con el sushi.

● **Tamaño de la empresa:** Microempresa.

● **Figura jurídica:** Sociedad limitada.

● **Componente diferencial:** Es un negocio de restauración referente en la localidad de Durango por la elaboración, venta y formación sobre productos relacionados con el sushi. Nace en el año 2015 como una alternativa novedosa a la gastronomía local y hoy en día se ha posicionado como un proyecto de restauración referente en la comarca y alrededores por lanzar una oferta diferente y alineada con la tendencia del mercado.

Nombre comercial: Asador Etxebarri.

Ubicación: Barrio Axpe 60, 48291 Atxondo, Bizkaia.

Actividad:

- Restauración, Asador.

Tamaño de la empresa: PYME

Figura jurídica: Sociedad limitada.

Componente diferencial: Es un negocio de restauración referente en la comarca y a nivel internacional en materia de restauración de vanguardia. Posicionado como un establecimiento de alta gama, nace en el año 1991 poniendo en valor su expertise en la parrilla. Además de poseer una Estrella Michelin, este establecimiento atiende a un máximo de 40 personas para asegurar la excelente calidad de su servicio. Cabe también mencionar que la lista de espera suele ser de entre dos y cuatro meses.

INDUSTRIA

Nombre comercial: MEK Group.

Ubicación: Goitondo, s/n 48269 Mallabia, Bizkaia.

Actividad:

- Fabricación de componentes metálicos para diferentes sectores.

Tamaño de la empresa: Grande.

Figura jurídica: Sociedad Anónima.

Componente diferencial: MEK inició su actividad en 1979 en Eibar con tres máquinas transfer en un local de quince metros cuadrados. Mediante la adquisición de otras empresas complementarias y el saber hacer tecnológico, hoy MEK es un grupo empresarial integrado por once empresas independientes y complementarias, las cuales están especializadas en tres áreas: ingeniería, mecanizados y componentes. Cuenta con centros de producción en España, Alemania, China, EE.UU. y México, y trabaja para empresas y marcas de gran prestigio de todo el mundo. A día de hoy, este grupo empresarial cuenta con una facturación de 65M€.

INDUSTRIAS CREATIVAS

Nombre comercial: Baleuko.

Ubicación: Askatasun Etorb., 23, 48200 Durango, Bizkaia.

Actividad:

- Actividades de producción cinematográfica y de vídeo.

Tamaño de la empresa: PYME

Figura jurídica: Sociedad limitada.

Componente diferencial: Es un negocio dedicado a la producción de películas, animación, programas de televisión y a la comunicación en general. Se fundó en 1993 con el objetivo de producir documentales culturales e históricos y poco después comenzó a producir programas de TV. En 1997 se adentró en el mundo de la animación y gestión de eventos. Les avalan varios reconocimientos nacionales que van desde un Goya al mejor largometraje de animación, hasta la participación en diferentes festivales como el de Málaga, Nantes, Donostia, Charlestone, Giffoni, etc... Fruto de su ADN innovador, hoy en día producen en diferentes ámbitos: animación, ficción, formatos de TV, documentales, avatares, centros de interpretación, eventos, multimedia, videojuegos, apps y realidad virtual y aumentada.

AGRICULTURA/GANADERÍA/FORESTAL

Nombre comercial: Alga Artean.

Ubicación: Calle Andra Mari, 14, 48212 Mañaria, Bizkaia.

Actividad:

- Comercialización, almacenaje y compraventa de todo tipo de algas ecológicas.

Tamaño de la empresa: Microempresa.

Figura jurídica: Sociedad limitada.

Componente diferencial: Es un negocio enmarcado en el sector de la alimentación que se dedica a poner en valor las propiedades nutricionales de las algas mediante su envasado y comercialización. Este negocio nace desde sus inicios con una vocación digital, de manera que se lanza con la puesta en marcha de una tienda online. El alga es un alimento desconocido que posee propiedades nutricionales interesantes. Son ricas en proteínas, vitaminas y minerales y se aprecian como un complemento de valor en nuestra dieta diaria.

● **Nombre comercial:** Eria Arrautzak.

● **Ubicación:** Calle Andra Mari, 14, 48212 Mañaria, Bizkaia.

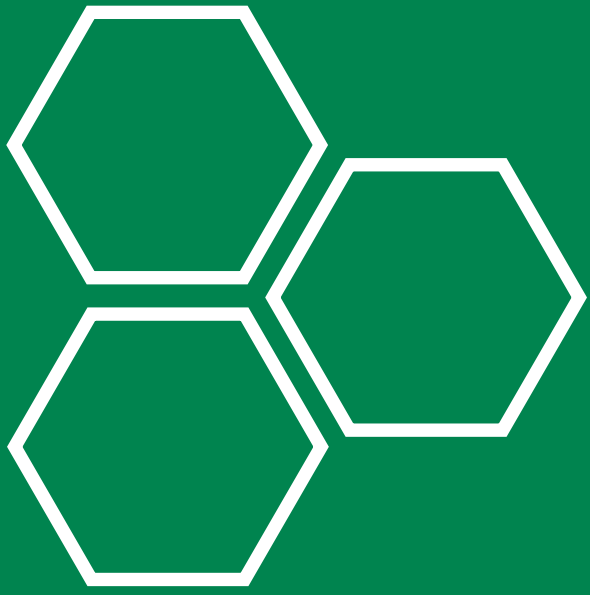
● **Actividad:**

- Ganadera y avicultura de puesta.

● **Tamaño de la empresa:** Microempresa.

● **Figura jurídica:** Comunidad de bienes.

● **Componente diferencial:** Es un negocio familiar enmarcado en el sector de la alimentación ecológica, y dedicado a la producción y venta de huevos ecológicos. Centrados únicamente en la producción de huevos ecológicos desde el pasado año 2019, este proyecto ha conseguido generar una producción diaria de 450 huevos, apostando por la venta local y de cercanía.



02 TENDENCIAS ACTUALES



Encontrar oportunidades empresariales pasa por conocer el contexto para poder anticiparse a las nuevas necesidades que van surgiendo. Lo vivido con la llegada del Covid-19 implica hacer una reestructuración de lo conocido y lo previsto, pero, en cualquier caso, todo elemento puede aportar información útil. De tal modo, en 2019 las tendencias hablaban de un mayor deseo de las personas por sentirse bien, por cuidarse y alargar la calidad de vida, el aumento del comercio electrónico, el consumo responsable o los productos tecnológicos y para mascotas. Pero más allá de todo ello, a continuación, se realiza un análisis detallado teniendo en cuenta los datos oficiales de fuentes fiables como el Instituto Nacional de Estadística, El Instituto Vasco de Estadística-Eustat, Eusko Ganberak-Cámaras Vascas o Confebask.

02.1 MARCO DE TENDENCIAS EN EUSKADI

Si se tienen en cuenta los resultados atendiendo al territorio donde las empresas tienen sus sedes, Euskadi tuvo una tasa de nacimiento de empresas en 2017 de un 7,7%, solo por delante de la Comunidad Foral de Navarra y Aragón (7,5% en ambas), Castilla y León y La Rioja (7,2% en ambas). Así lo estima el INE en sus últimos datos. Sin embargo, las menores tasas de muertes de empresas se registraron en País Vasco (6,6%), La Rioja (6,9%) y Castilla y León (7,0%).

Por su parte, Euskadi era la Comunidad Autónoma con un stock de empresas más bajo, con 152.530 empresas. Si bien es cierto, en esta última cifra existen otras variaciones más allá de los sucesos demográficos. Aspectos como la entrada y salida de unidades en la cobertura de actividades económicas y los movimientos territoriales o reestructuraciones en grupos empresariales afectan al dato.

Por su parte, Confebask arroja otras cifras en su informe sobre la evolución del tejido empresarial. El número de sociedades en Euskadi inscritas en la SS en abril de este mismo año se ha quedado en una cifra de 56.786, 339 menos que el mes anterior. En los dos últimos meses se han perdido unidades empresariales a razón de 35 diarias. En comparación interanual, construcción (-4,5%), servicios (-4,2%) e industria (-2,3%) son los sectores que más han sufrido la situación actual, evidentemente influenciada con la llegada del COVID-19.

Un contexto que ha afectado por igual al conjunto de territorios históricos, siendo Bizkaia la que ha sufrido un poco más, pero solo a dos décimas de Álava, el menos dañado de los tres territorios. Los autónomos también sienten este efecto, habiendo caído 1.083 personas con respecto a marzo.



El Instituto Nacional de Estadística aporta datos también sobre el estado de las empresas en mayo, donde la creación de empresas en Euskadi bajó un 55,1% con respecto al mismo mes del año precedente. Concretamente el número de sociedades creadas en la Comunidad Autónoma Vasca fue de 128. Por su parte, las disueltas ascendieron al 44 frente a las 23 disueltas en abril en Euskadi, lo que supuso una caída interanual del 50,6%, menor que la de abril del 75,5%.

El Instituto Vasco de Estadística-Eustat informó en diciembre del pasado año sobre estos y otros sectores, destacando al comercio, transporte y hostelería como aquellos con un mayor número de establecimientos, un 36,5%. Les siguen las actividades profesionales y auxiliares, con un 16,4% y construcción, con el 11,8%. Casi tres cuartas partes de estas empresas son de pequeño tamaño con menos de tres personas empleadas, recogiendo el 17,2% del total. La mayor concentración de trabajadores se registra en la industria, energía y saneamiento, con un tamaño medio de 16 en el conjunto de la comunidad autónoma.

A pesar de que la encuesta de Eusko Ganberak-Cámaras Vascas no arroja datos muy esperanzadores, con más de un 76% de negocios con expectativas malas o muy malas, estas mismas empresas sí ven optimismo en lo que se refiere a la recuperación económica vasca. Logística, industria, y otros servicios son quienes tienen más optimismo. Por otra parte, la recuperación de sus negocios la sitúan en 3,6 puntos, donde el sector primario (4,7), la logística (4,5) y la industria (4,2) son los más optimistas.

Este contexto sectorial, más los datos sobre las expectativas ayudarán en el apartado de conclusiones de este mismo punto donde se plantean esas líneas de negocio.



02.3 MARCO DE TENDENCIAS A NIVEL ESTATAL

A la hora de conformar una propuesta de tendencias, conviene mantener una visión más amplia que permita contextualizar la situación más allá del territorio vasco, ya que las oportunidades también pueden surgir de esos contextos.

En relación a ello, y según el INE ³, el sector del comercio se caracteriza por contener el mayor índice de empresas pequeñas. El 95,3% en 2018 tenía menos de 10 ocupados. Estas empresas dieron empleo al 43,1% del personal en España y su facturación supuso el 25,6% del total. Por su parte, las empresas grandes, con 250 o más personas ocupadas, representaron el 0,1% de las empresas del comercio y facturaron el 34,8% del total del sector. Estas empresas ocuparon al 28,1% del personal.

Por su parte, el sector de la industria manufacturera representó el 82,1% de la cifra de negocios del conjunto del sector industrial, es decir, más de ocho de cada 10 empresas industriales eran manufactureras.

Le sigue con un 14,1% de facturación suministros de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado que ocuparon al 1,9% del personal del sector. Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación supuso el 3,1% de la facturación total.

Por su importancia, se analizan algunos datos más de esta industria manufacturera, donde el valor añadido por persona ocupada fue de 59.842 euros en 2018. Las actividades con mayor productividad fueron Coquerías y refino del petróleo (415.878 euros), Industria del tabaco (177.804 euros) y Fabricación de productos farmacéuticos (110.546 euros). Por el contrario, las actividades menos productivas fueron Confección de prendas de vestir (25.734 euros por ocupado), Industria del cuero y del calzado (30.873 euros) y Fabricación de muebles (31.935 euros).



Gráfico 2: Productividad (en euros) por ramas de actividad en la industria manufacturera. Año 2018

³ Fuente: INE.

En lo que a sector servicios de mercado no financieros se refiere, se alcanzaron los 530.655 millones de euros en 2018, con un valor añadido situado en 238.514 millones de euros. Más de la quinta parte de su facturación (el 21,9%) correspondió a transporte y almacenamiento. La siguiente sección de actividad con mayor peso en la facturación fue actividades profesionales, científicas y técnicas (18,1%). Hostelería (23,4%) y actividades administrativas y servicios auxiliares (23,0%) han sido las actividades que emplearon mayor número de personas. De forma más desagregada, el INE clasifica la contribución a la facturación del sector en servicios de comidas y bebidas (9,7% del total), transporte terrestre y por tubería (9,2%) y almacenamiento y actividades anexas al transporte (9,1%).

En unos datos más actualizados, relacionados con el pasado mes de mayo, y en comparación con años anteriores, se muestra este gráfico con la variación del número de sociedades mercantiles creadas y disueltas entre los meses de abril y mayo. En 2020 la variación mensual del número de sociedades creadas es del 63,9% y la de las disueltas del 20,0%.

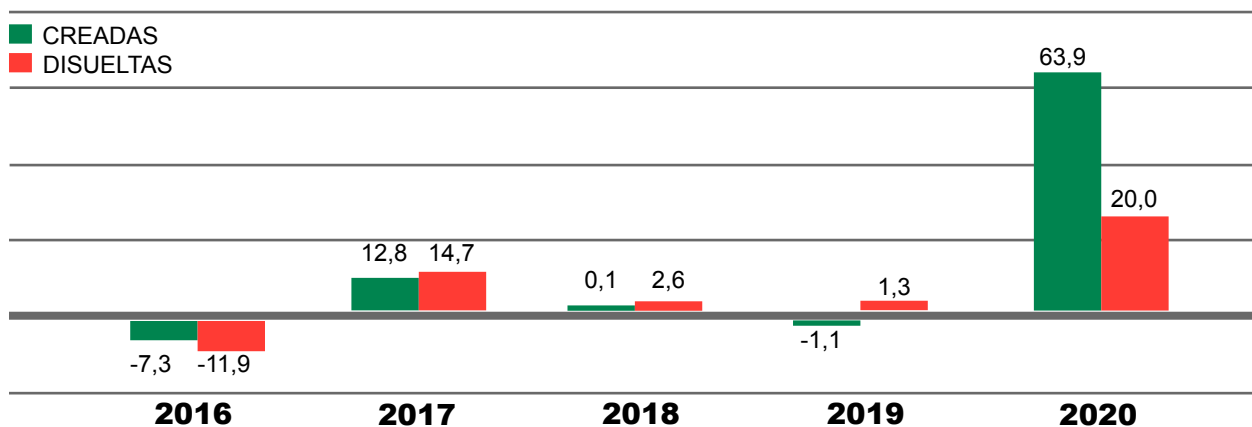


Gráfico 3: Tasa mensual del número de sociedades mercantiles creadas y disueltas. Valoración mes de mayo sobre abril del mismo año. Porcentaje.

Si se tiene en cuenta la actividad económica, el 22,5% de las sociedades mercantiles creadas en mayo corresponde al comercio, sin embargo, es también el comercio quien está en el número uno de sociedades disueltas (el 20,8%).

02.4 CONCLUSIONES GLOBALES Y DEFINICIÓN DE TENDENCIAS

Conocido el número de empresas nacidas y muertas en los últimos tiempos, cuál ha sido la evolución de los sectores y cómo el Covid-19 ha influido en ello, es el momento de contrastar y analizar la información y llevarlo a las tendencias actuales. Bajo el contexto descrito anteriormente, crear nuevos negocios es todo un reto que pasa por saber interpretar las necesidades de los diferentes públicos y anticiparse. Como se aprecia, Euskadi tiene una baja tasa de nacimiento, pero también de muerte, lo que puede suponer una importante oportunidad si sabe realizarse un planteamiento de negocio inicial adecuado.

Construcción, servicios e industria son los sectores donde más unidades empresariales se han perdido en Euskadi en comparación al año anterior, independientemente del territorio histórico. En ese sentido, generar un nuevo negocio no se ve influido por la geografía. Sin embargo, al mismo tiempo, la industria, es uno de los sectores más optimistas en cuanto a posibilidades de recuperación, junto con sector primario y logística. Por su parte, las actividades con mayor número de establecimientos son: comercio, transporte y hostelería, seguidos de actividades profesionales, auxiliares y construcción.

A nivel estatal, el sector del comercio cuenta con un mayor índice de empresas pequeñas, mientras que la industria manufacturera dota de músculo a su sector, ostentando la mayor cifra de negocios. En servicios, comidas y bebidas, transporte terrestre, almacenamiento y actividades anexas al transporte han sido las más fuertes.

Pero sin duda, si hablamos de servicios ⁴, las circunstancias generadas por el Covid suponen una situación de inestabilidad que debe analizarse. Con el plan para la transición hacia una nueva normalidad los comercios han podido reabrir, al igual que establecimientos de índole turísticos y restauración. Esto ha supuesto un incremento del 15,3% de la facturación de las empresas en mayo respecto al mes de abril. El comercio (21,9%) y la industria (18,5%) han sido los sectores con mejor evolución. Por su parte, el suministro de energía eléctrica y agua, saneamiento y gestión de residuos es el único sector con descenso de facturación (-3,6%). Pero al analizar con una visión anual, la cifra de negocios de las empresas baja un 30,6% respecto a mayo del año pasado. Por sectores, servicios no financieros de mercado es el que registra el mayor descenso (-41,3%) y comercio registra el mayor aumento (21,9%). Por su parte, el suministro de energía eléctrica y agua, saneamiento y gestión de residuos es el único con tasa mensual negativa (-3,6%).

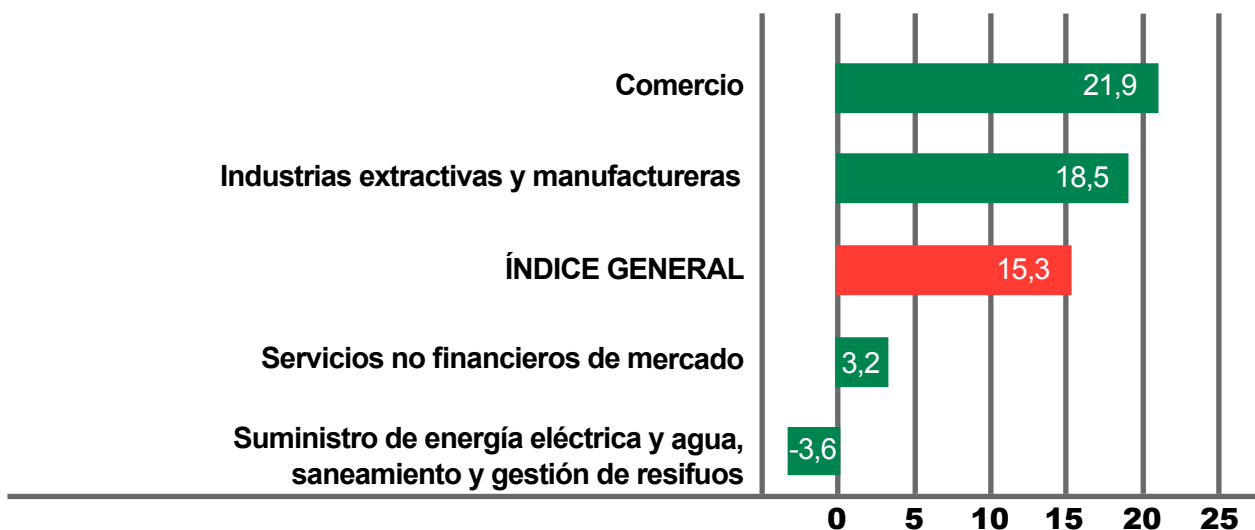


Gráfico 4: Facturación de las empresas del sector servicios en mayo de 2020 respecto al mes de abril. Porcentaje.

⁴Fuente: INE.

VALOR TECNOLÓGICO Y DIGITALIZACIÓN

Todo esto debe tenerse en cuenta a la hora de plantear nuevos proyectos de negocio, pero también debe valorarse qué se incentiva desde las instituciones, ya que según qué tipo de iniciativa se pretenda llevar a cabo puede contarse con una serie de apoyos. El tipo de oportunidades de negocio que más se están incentivando son aquellas dedicadas a sectores de alto valor añadido. Recordemos que la industria manufacturera, tenía en 2018 un valor añadido por persona ocupada de 59.842 euros y servicios de mercado no financieros alcanzaba los 238.514 millones. Esto se debe a su alto potencial de crecimiento, algo también muy valorado a nivel internacional. Es toda una ventaja competitiva, ya que se mejora la experiencia del usuario final y se aumenta su fidelización. Se pasa así del mantenimiento tradicional al aporte de valor añadido para el cliente mediante modelos de negocio 4.0 y servitización basada en datos y escenarios industriales B2B.

En los últimos 5 años, uno de cada tres proyectos recibidos se ha encuadrado en sectores de alto valor tecnológico y con importante aportación de I+D+i, como en el de las TIC, la industria automovilística, el de farmacia, biotecnología y ciencias de la salud, ciudades inteligentes, medio ambiente, aeronáutica y aeroespacial, turismo y servicios empresariales, entre otros.



De modo inmediato los modelos de negocio sin contacto para hacer una transacción sin necesidad de tocar a alguien serán una petición social. Pero más allá de eso, se prevé que todo pase a ser digital por defecto, ya que el teletrabajo conlleva dedicar solo el tiempo imprescindible para reuniones o trámites en persona. Por consecuencia, este mayor consumo digital convierte la ciberseguridad y la preservación de la privacidad en pieza clave. A su vez, el concepto de teletrabajo supone la normalización del uso de la nube y el impulso del software libre.

El consumo online es otro de los factores que se han visto claramente influidos por las circunstancias actuales. El consumidor está mucho más abierto a otros tipos de productos y/o servicios, posicionando Internet como un buen método para empezar a emprender. Es una consecuencia clara de la globalización que puede suponer un abanico de posibilidades como, por ejemplo, mediante servicios e-commerce o clases online.

PATRIOTISMO INDUSTRIAL

Uno de los términos más usados recientemente es el patriotismo industrial, que conlleva una mayor protección y favorece el consumo local, lo que deriva a su vez en el rediseño de la cadena de suministro. Esto afecta directamente al aumento en la fabricación de componentes y productos, procesos liderados por la impresión 3D, Internet de las Cosas y la Inteligencia Artificial. A su vez, la energía también se verá afectada, ya que los costes de baterías y placas solares disminuirán a la vez que el petróleo perderá fuerza. Y como no, el patriotismo industrial hace referencia directa a la alimentación, trayendo de vuelta a la agricultura y producto local. Todo ello en su conjunto supondría la reducción del papel de países de industria avanzada como es el caso de China.

EL MEDIO AMBIENTE

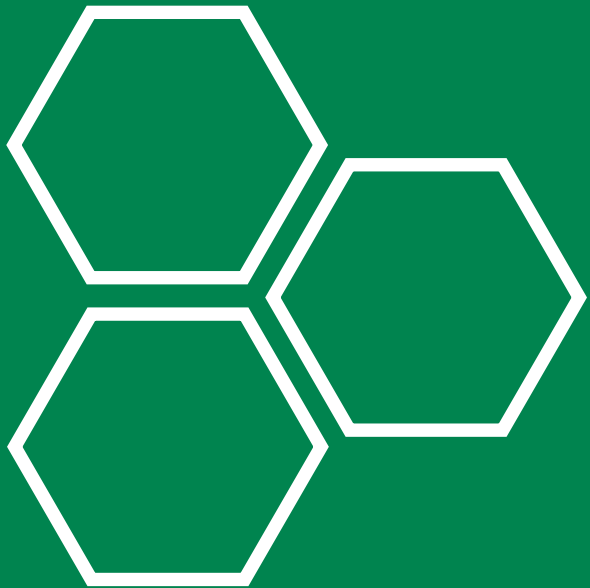
Este factor viene ganando relevancia en los últimos años, pero la reciente pandemia ha puesto aún más en valor este aspecto. Es lo que se denomina la economía del propósito con la que se recupera la lucha contra el cambio climático. Atrás ha quedado usar este término como un valor nuevo dentro del plan de responsabilidad social corporativa. La empresa que no se comprometa de un modo real y práctico con el medio ambiente está destinada a pagar un precio. En este sentido, algunos negocios en auge son las energías renovables y la biotecnología y todo lo referente a la movilidad sostenible.



CALIDAD DE VIDA

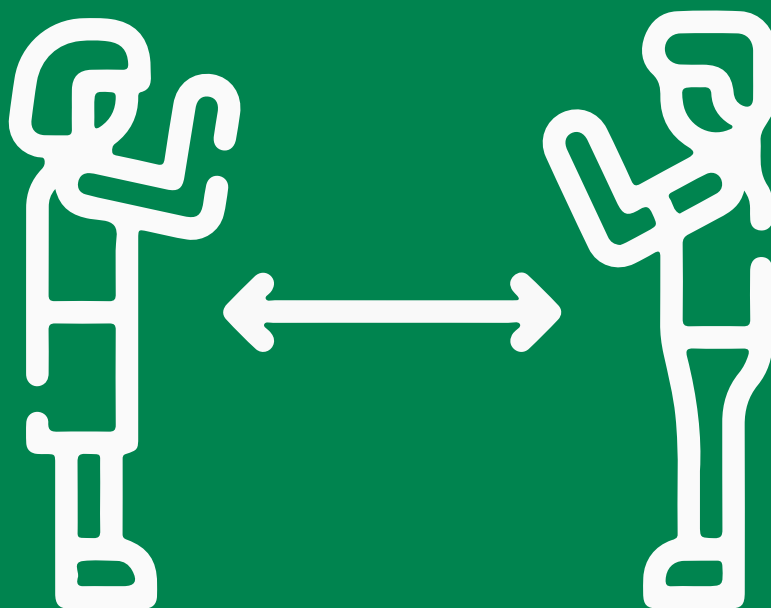
Una tendencia que viene desde hace ya algunos años y continúa, es la apuesta por unos hábitos de vida más saludables. Esto supone una especial atención en la alimentación donde, además del producto local mencionado antes, se busca productos con un valor nutricional que favorezca una dieta equilibrada. Se afianza el aumento del vegetarianismo y veganismo. A su vez, este punto incluye locales como gimnasios y centros estéticos, espacios que garantizan una vida activa pero también los tratamientos de belleza y relajación. Este punto guarda relación también con los cuidados a públicos mayores que buscan garantizar su calidad de vida mediante actividades, tratamientos y una vida equilibrada.





03

ANÁLISIS DE LA
COMARCA FRENTE
A OTROS ENTORNOS



Teniendo en cuenta que hoy en día la competitividad de una comarca tan pequeña como es Durangaldea se enmarca dentro de un área de influencia mayor como es Euskadi, se ve oportuno analizar la realidad de otros entornos industriales competitivos desde un marco más amplio. De esta manera se pueden identificar los retos y las tendencias generales. La realidad de Durangaldea frente a otros contextos, donde la importancia de la industria no dista mucho, conlleva realizar un análisis comparativo. Por un lado, a nivel estatal se ha elegido el Área Metropolitana de Barcelona. Por otro lado, a nivel europeo se ha optado por Alemania.

03.1 COMPARATIVA CON OTRA COMARCA DE EUSKADI

Tras analizar las diferentes comarcas vascas como, por ejemplo, la de Tolosaldea, se percibe que a nivel de Euskadi los retos y las tendencias de las diferentes comarcas son muy similares. Si bien es cierto que en cada una de ellas el tejido empresarial genera pequeñas particularidades, centralizar algunos aspectos de la industria vasca en entidades concretas como Innobasque, Spri o el propio Gobierno Vasco, provoca un efecto homogeneizador que equilibra las circunstancias del conjunto del territorio. Teniendo todo ello en cuenta se muestran algunos de los datos más importantes de Tolosaldea.

INTRODUCCIÓN DE TOLOSALDEA

Tolosaldea es una comarca de la provincia de Gipuzkoa. Tiene una superficie de 332 km². Es la comarca menos poblada del Territorio Histórico (48.196 habitantes). Pero, en cambio, es la que más municipios tiene, 28.

El municipio más importante de la comarca es Tolosa, de ahí su nombre. Históricamente siempre lo ha sido, y además, en el pasado todos los municipios de Tolosaldea formaron parte de Tolosa, hasta que poco a poco se fueron separando.



En el ámbito económico, si se considera la comarca en su conjunto, el Producto Interior Bruto por habitante queda por encima de la media de Gipuzkoa. Siendo el índice unificador de la CAPV 100 y el de Gipuzkoa 102, en 1996 en la comarca de Tolosaldea se situaba en 111: 2.539.000 millones de pesetas por habitante y año. Aduna (índice 717), Albiztur (176), Altzo (197), Anoeta (140), Asteasu (154), Belauntza (325), Berastegi (149), Elduain (156), Ikaztegieta (197), Irura (296) y Zizurkil (152) Destaca el caso de Aduna, con un PIB per cápita de 16.393.000 millones en 1996, que con Legutiano de Álava y Zamudio de Bizkaia es el municipio que mayor riqueza genera en proporción al número de habitantes de la CAPV. La comarca también agrupa a municipios que están por debajo de la media, como Gaztelu, Hemialde o Ibarra, que no alcanzaban los 50, como muestra de la estructura económica de Tolosaldea.

En cuanto a actividades económicas, Tolosaldea es una comarca prácticamente industrial. En 1996, por ejemplo, casi la mitad del valor añadido que se generó en la comarca lo aportó la industria, casi 12 puntos por encima de la media de Gipuzkoa. Por el contrario, la aportación de los servicios se situaba 15 puntos por debajo de la media de Gipuzkoa (54% del valor añadido del Territorio Histórico en aquel año y sólo el 39% de Tolosaldea). Por su parte, el sector primario aportó el 3% del valor añadido generado en la comarca (1,5% de Gipuzkoa en aquel año), a pesar de ser la actividad principal en varios municipios de la comarca (Orendain, Oresa, Larraul o Baliarrain) y de gran importancia en Abaltzisketa, Alkiza, Elduain y Gaztelu. Hay que decir, además, que la industria, a diferencia de otras comarcas, no se limita a municipios populosos, ya que incluso en municipios poco poblados como Altzo, Albiztur, Belauntza, Berastegi o Berrobi, la industria aporta la parte más importante del valor añadido generado en ella. En cuanto a los servicios, Ibarra, Tolosa y Amasa-Villabona son las áreas de servicio más importantes de la comarca.

03.2 DATOS DE EMPLEABILIDAD DE TOLOSALDEA

La agencia de desarrollo comarcal de Tolosaldea, Tolosaldea Garatzen, ha publicado un informe en marzo de 2020 donde se recoge la situación de desempleo y la evolución de las contrataciones en la comarca.

A través de de los siguientes gráficos se puede ver como el sector servicios lidera el mercado seguido a una distancia importante por la industria, de manera muy descolgada se encuentran el resto de sectores.

En cuanto a la preferencia por la afiliación a la seguridad social cabe decir que tan solo el 20% ha optado por el régimen de autónomos y el 80% por el régimen general. Para entender mejor el porcentaje de autónomos, debemos recordar que en muchas cooperativas los socios trabajadores suelen estar afiliados al régimen de autónomos.

AFILIACIONES POR RÉGIMEN

	Valor	Crecimiento mensual (%)	Crecimiento anual (%)
Afiliados total	17.144	-1,4	-0,1
Régimen general	12.926	-1,8	0,3
Régimen autónomos	3.669	-0,5	-1,6
Régimen agrario	55	-1,8	-5,2
Régimen mar	0	-	-
Régimen hogar	494	0,6	2,3

PARO REGISTRADO POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	Valor	Crecimiento mensual (%)	Crecimiento anual (%)
Agricultura	73	3,4	9,0
Industria	320	15,0	2,2
Construcción	114	5,3	26,7
Servicios	1.377	64,5	9,1
Sin empleo anterior	250	11,7	-15,8

CONTRATOS REGISTRADOS POR SECTOR DE ACTIVIDAD

	Valor	Crecimiento mensual (%)	Crecimiento anual (%)
Agricultura	5	0,5	-80,0
Industria	169	17,8	-16,3
Construcción	28	3,0	-26,3
Servicios	746	78,7	-15,8

03.3 OBEJTIVOS DE TOLOSALDEA

La agencia de desarrollo comarcal ha desarrollado un plan estratégico donde recoge cinco objetivos para la reactivación económica. A continuación se describen los cinco objetivos que marcan las líneas de trabajo de instituciones y empresas de la comarca.

1 DINAMIZAR Y REFORZAR LA BASE EMPRESARIAL

Recoge distintas actividades de acompañamiento y dinamización del tejido empresarial y comercial de la comarca, son acciones en clave de Innovación (tecnología), Industria (avanzada), Inteligencia (talento) y Emprendimiento (de base tecnológica).

2 IMPULSAR LA INDUSTRIA AVANZADA 4.0

Se pondrán en marcha nuevos mecanismos de apoyo a la innovación y a la puesta en marcha de proyectos de I+D+i en las empresas al tiempo que facilitará que centros tecnológicos, universidades y empresas líderes muestren a las empresas de la comarca el potencial y las aplicaciones prácticas de la industria avanzada 4.0.

Tolosaldea hace suyos con este Plan los planteamientos que tanto la Diputación de Gipuzkoa (Red Gipuzkoa 4.0 de Fabricación) como el Gobierno Vasco (Estrategia Vasca de Fabricación Avanzada 4.0) están articulando en la actualidad en nuestro Territorio.

3 CO-DESARROLLAR UN POLO DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL EN EL AMBITO DE LA ELECTRO- MOVILIDAD

Decisión de consolidar en la comarca un polo de desarrollo tecnológico-industrial en materia de electro-movilidad en una estrategia conjunta y compartida con las entidades y empresas del Goierri. Por ello Tolosaldea hace suya, en este sentido, la Estrategia de Movilidad Eléctrica para Gipuzkoa de la Diputación de Gipuzkoa.

Para ello se plantea un Laboratorio de Experimentación en Movilidad que acompañe a los agentes del ecosistema de movilidad eléctrica y almacenamiento de energía del territorio en el testeo de productos y/o servicios relacionados en entornos reales. Este espacio de experimentación y nuevas tecnologías estará gestionado por una red de colaboración con una clara orientación a la generación de nuevas empresas, así configurar Tolosaldea como un Living Lab para el ensayo de actuaciones sobre el territorio en materia de Smart Mobility y electro movilidad.

4 CO-LIDERAR EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA AGRO- ALIMENTARIA EN GIPUZKOA

Se ha puesto en marcha una iniciativa inter-comarcal para el desarrollo de la industria agro-alimentaria guipuzcoana. Su objetivo es armar proyectos tractores para las diferentes explotaciones agrarias, empresas, centros de formación y resto de entidades que participan en la Cadena de Valor. Esta iniciativa abarca desde la extracción de materia prima y obtención de producto fresco a empresas con producto elaborado. Desde el pequeño productor hasta el comercio más local. Desde empresas de equipamientos e infraestructuras hasta distribuidores de producto.

5 EMPUJAR LA ECONOMÍA CIRCULAR EN LAS EMPRESAS DE LA COMARCA

Se pretende servir de instrumento sensibilizador y movilizador de la base empresarial comarcal para extender gradualmente un modelo de economía circular.

Por ello se quiere que las empresas de la comarca impulsen proyectos de eco-innovación en torno a los distintos principios y modelos de negocio subyacentes en la economía circular: eco-diseño, servitización, segundo uso, reutilización, reparación, remanufactura, reciclaje y valorización.

03.4 COMPARATIVA CON OTRA COMARCA ESTATAL: ÁREA METROPOLITANA DE BARCELONA

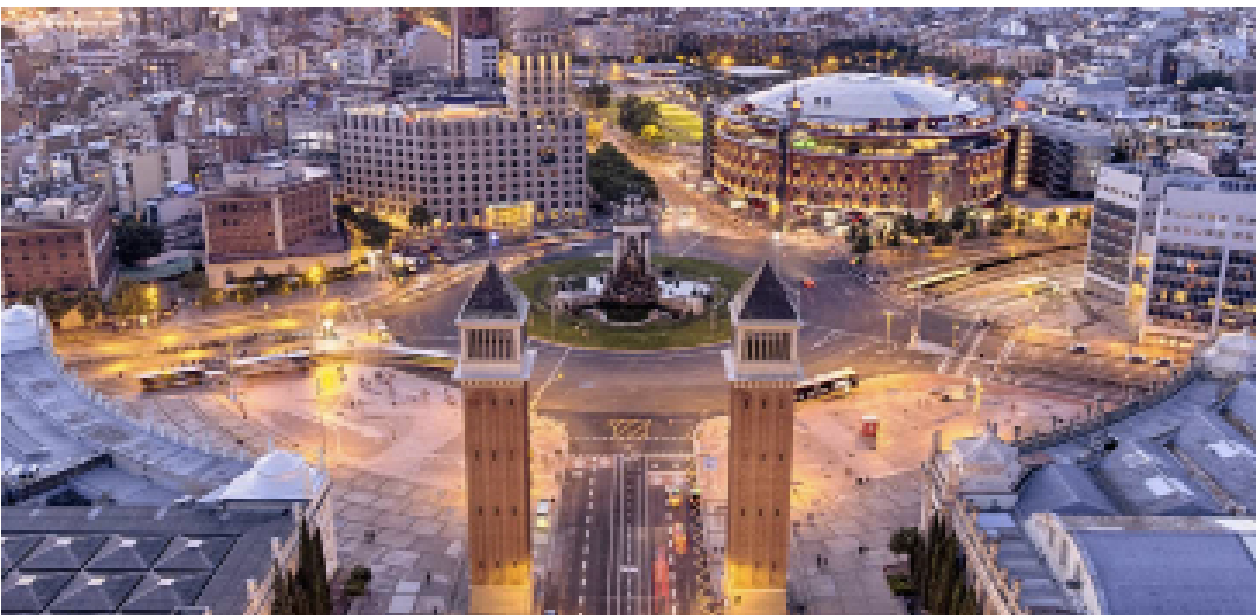
Hemos seleccionado el Área Metropolitana de Barcelona (AMB) por ser una de las comarcas más industrializadas en el estado. La AMB está formada por 36 municipios y con más de tres millones de habitantes. El objetivo no es buscar una comarca similar en tamaño, sino estudiar cuales han sido las políticas tomadas en aquellas comarcas con un fuerte liderazgo en el impulso de la industria y economía.

CONTEXTO

Cataluña, y en concreto el Área Metropolitana de Barcelona, constituye un territorio muy denso y altamente industrializado, liderando el sector en España desde el siglo XIX. Su economía es un referente para el estado, al generar el 18,8% del PIB español. Respecto al PIB per cápita de Cataluña, este se sitúa en cuarta posición, tras Euskadi, la Comunidad de Madrid y Navarra. Bajo este contexto, la ciudad de Barcelona ha desarrollado tradicionalmente un papel fundamental en su actividad económica. Esto ocurre así en el ámbito industrial, pero también en el comercial, y posteriormente en servicios, destacando además desde hace algunos años el significativo aumento en su actividad turística.

Es bastante conocido que Cataluña, y particularmente Barcelona, fue uno de los primeros territorios en iniciar la industrialización en Europa a partir de la industria textil desde el año 1780. Aunque en realidad, no fue hasta mediados del siglo XIX cuando se posicionó en un núcleo referente para la producción de textiles y maquinaria textil a nivel mundial. Desde entonces, la fabricación ha jugado un papel importante en su historia, especialmente en el sector textil en un primer período, con una gran desaceleración y estancamiento debido a la gran crisis y destrucción que produjo la Guerra Civil, y la posterior etapa del franquismo

En el momento en el que el régimen empezó a abrirse a los mercados europeos, se recuperaron varias industrias con mucha fuerza; como la automovilística, editorial, química, farmacéutica, logística y electrónica, entre otras. El Área Metropolitana de Barcelona se convirtió en la principal zona industrial del Estado, no obstante el crecimiento y desarrollo de la ciudad condal fue trasladando las zonas industriales fuera de su área, debido al aumento del precio del suelo industrial. Se quedaron así solo algunos remanentes en las zonas que actualmente mantienen los polígonos Industriales de Zona Franca, Bon Pastor y 22@.



Con la reciente crisis económica que comenzó en el año 2008, agravada por el estallido de la burbuja inmobiliaria que desplomó el consumo, y con él la producción industrial, ha venido a sumarse un estancamiento de la economía catalana que, pese al ininterrumpido crecimiento económico de la metrópolis barcelonesa, le han hecho perder en el último cuarto del siglo XX la capitalidad económica del Estado en favor de la comunidad de Madrid, sobre todo en el campo financiero.

Las razones se deben a la tradicional atomización del tejido emprendedor barcelonés que le resta competitividad, a la saturación de las infraestructuras, a la mayor inversión extranjera realizada en Madrid respecto a Barcelona, y al traslado de centros de decisión, sedes fiscales y sociales de Barcelona, y también, de otras partes de España a Madrid.



En el campo industrial, el Área Barcelona ha tenido graves problemas de deslocalización, básicamente por traslado de industrias a países con una mano de obra más barata. Es el caso, entre otras empresas, de Braun, Philips y Samsung. Problema incrementado por el escaso y caro suelo industrial en su área metropolitana, el segundo más caro de Europa solo por detrás de Londres. Aun así, también se han producido movilizaciones de empresas total o parcialmente públicas hacia Barcelona (como Repsol), así como inversiones y localizaciones extranjeras, superando en mucho las deslocalizaciones. De modo que Barcelona continúa siendo una capital industrial, llegando a generar en algunos subsectores el 25% de las exportaciones totales españolas. Por todo ello, queda claro que hasta ahora Barcelona se ha ceñido a la producción, dejando de lado el diseño y el valor añadido. Es ahora cuando, al caer la producción en favor de mercados más baratos, se entiende la necesidad de articular sectores productivos en toda la cadena de valor.

COYUNTURA DEL MERCADO

El Área Metropolitana de Barcelona en su apartado de economía define seis ámbitos clave en la comarca: la producción y la renta, el mercado de trabajo, economía del conocimiento, el turismo, la oferta de techo industrial y precios del techo industrial. Dada la relación entre Durangaldea y el Área Metropolitana de Barcelona el estudio se centra en la demanda del techo industrial. El Informe de mercado industrial de Cataluña del primer semestre del año 2015, elaborado por el Área Inmobiliaria de la Empresa Forcadell, explica que la recuperación positiva de la economía española se está manifestando de manera clara en la mayoría de sectores económicos, y que el industrial no es la excepción. Es por ello, que los siguientes datos centrados en el parque industrial da una imagen sobre cómo es el mercado actual.

Respecto de la demanda, esta indica que en lo que se refiere a naves industriales, esta *“muestra ya claros signos de recuperación, dejando atrás las reducciones de espacios y las reubicaciones para rebajar las rentas.”* Además detecta que *“ha incrementado, en especial en la primera corona de la ciudad, aunque su disponibilidad precisamente en esa zona se ha visto reducida de forma considerable.”* También indica que *“el objetivo de las empresas a la hora de buscar naves en alquiler ya no es ni la reducción de espacio (para bajar las rentas) ni la reubicación a espacios más pequeños. Todo lo contrario, las empresas buscan ampliar superficie, encontrar mejores emplazamientos, reubicarse por otros motivos o ubicarse por nueva creación.”*

También destaca que *“hoy en día, el parque de naves industriales disponibles tiene cierta tendencia a reducirse, principalmente en naves modernas, en normativa PCI y a precios correctos.”* Por otro lado, reconoce que *“el parque de naves obsoletas continúa ofreciendo una gran disponibilidad”* y que *“el acceso al crédito permitirá a los propietarios poder llevar a cabo todas las reformas necesarias para adecuarlas.”*

Respecto de los precios de alquiler indica, en referencia a las naves industriales, que *“han aumentado ligeramente en las comarcas inmediatamente cercanas a Barcelona, con variaciones interanuales apreciables, pero no muy pronunciadas.”* Esta tendencia es indicativa de un leve crecimiento que irá progresivamente en aumento a lo largo de los próximos semestres en emplazamientos situados en un radio máximo de 30 kilómetros de Barcelona.

PLANES DE FUTURO

En enero del año 2020 las instituciones de Barcelona presentaron la estrategia para la promoción de la economía en el periodo 2020-2030 bajo el título *“BCN Green Deal”*. Las prioridades que se establecen son *“retener y formar talento”, “captar más y mejores inversiones”* y subirse al tren de la *“sostenibilidad, competitividad y equidad”*.

Con esas prioridades encima de la mesa, se pretende llegar a generar 103.000 puestos de trabajo en el sector digital y verde, de una agencia de captación de inversiones público-privadas, de un plan para la marca Barcelona, otro para fortalecer la candidatura del Mobile World Congress para después del 2023, activar la inversión en grandes infraestructuras, revitalizar polígonos industriales, crear tres espacios para emprendedores, eliminar los impuestos a estos en su primer año de actividad, e impulsar un observatorio del comercio y la restauración.

HOJA DE RUTA

Los principales puntos de la hoja de ruta (“abierta”) económica de la ciudad para estos diez próximos años son los siguientes:

- Ciudad emprendedora.
- Capitalidad digital.
- Más talento para BCN.
- Apertura al mundo.
- Por la economía circular.
- Polos de actividad.
- Nuevo modelo turístico.
- Urbe más social y solidaria.
- Atentos a la pequeña economía.
- Empleos con más calidad.

Ciudad emprendedora

Hace que Barcelona sea *“facilitadora de la actividad económica”*. Para ello, se plantea reducir trámites, crear un Portal Único Empresarial, eliminar la tasa de inicio de actividad y subvencionar las tasas municipales y Seguridad Social.

Capitalidad digital

En el sector TIC avanzar con iniciativas como formar a 3.000 profesionales digitales en los próximos cinco años a través de la IT Academy, así como abrir tres nuevos espacios de actividad económica en Palo Alto (22@), el Port Olímpic y el Estadi Lluís Companys, en colaboración con la sociedad civil. También alude a que *“Barcelona dé lo mejor de sí misma”* durante el congreso de Myviles, a la par que trabajar su candidatura para repetir tras el 2023.

Más talento para BCN

Promover la captación de talento. Con ese fin se potenciarán alianzas para atraer el talento con valores de marca Barcelona y como destino prioritario para proyectos profesionales; se impulsará un *“plan de retorno”* para jóvenes; se creará un espacio de recibimiento y atención al talento internacional dentro del edificio MediaTIC; e incluso se apostará por el trilingüismo en la Administración.

Apertura al mundo

Un plan de promoción económica internacional, buscando inversiones junto con el sector privado; la *“construcción de reputación”* de la marca Barcelona con un plan específico y difusión; así como un interesante *“barómetro de resiliencia”* que mida la evolución de la percepción foránea de la ciudad en función de impactos *“externos que se puedan producir”*.

Por la economía circular

En clave de sostenibilidad, se pretende eliminar barreras burocráticas y administrativas que obstaculizan la inversión en economía verde; acelerar las iniciativas de empresas y particulares para invertir en eficiencia energética; desarrollar el Eix Bests como nuevo eje verde vinculado a la actividad industrial 4.0 innovadora, con un polo norte de Pymes y un polo sur de conocimiento de la mano de la UPC y crear un fondo de 50 millones de euros que ejerzan de palanca para la inversión privada en equipamientos y viviendas sostenibles.



Polos de actividad

Nuevos clusters dentro del campo de la digitalización, innovación o industria 4.0, “*conjugando urbanismo y economía*”, como ya se hizo en el 22@. Se dará un nuevo impulso a los polígonos industriales, como el Torrent d’Estadella, la Vernea Industrial, el Bon Pastor y otros. Y se incrementarán los usos terciarios en la Zona Franca. Se atiende también a la reivindicación estratégica de “*reeconomizar el centro de la ciudad*”, con la implantación de espacios para los emprendedores y la innovación.

Nuevo modelo turístico

Partiendo de que “*el turismo es un aliado*” y el debate es global, se defiende que los 150.000 visitantes diarios “*se sientan como un onceavo distrito*”. Pero para ello hay que incrementar su contribución (una tasa turística aumentada), ampliar las zonas visitables para descentralizar; y potenciar nuevos contenidos culturales, en complicidad con los operadores.

Urbe más social y solidaria

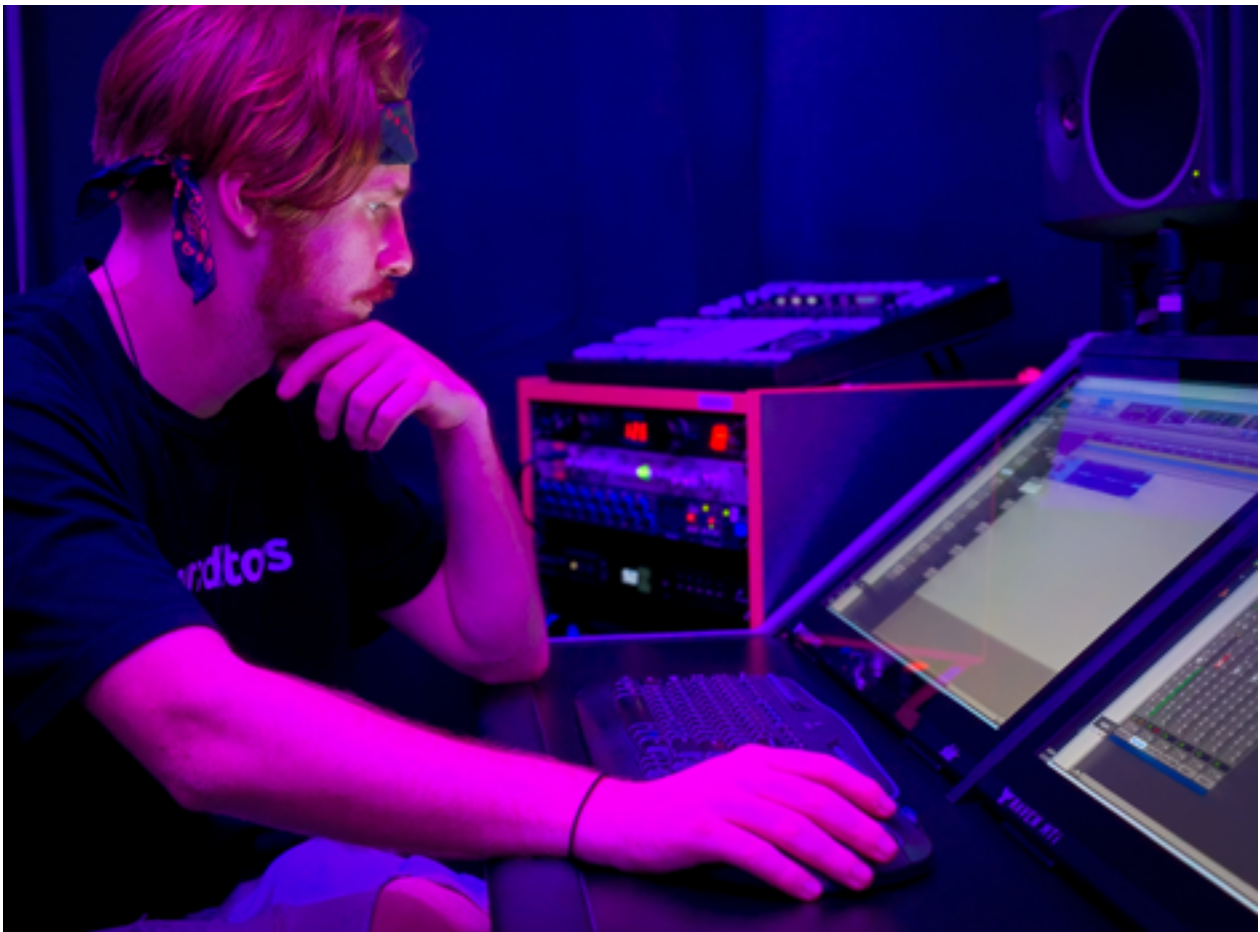
Se hará una estrategia hasta el 2030 y se “*exprimirá*” la capitalidad de la alimentación sostenible en el 2021.

Atentos a la pequeña economía

Se mantiene aquí la atención al comercio de proximidad y la modernización de los mercados municipales, fortaleciendo con un Observatorio del Comercio y Restauración; implantando medidas fiscales para reducir el impacto del ‘boom’ de los servicios a domicilio por parte de grandes empresas y con estrategias de protección al comercio emblemático.

Empleos con más calidad

Se introducirán cláusulas sociales en la contratación pública y un nuevo acuerdo con el Servei d’Ocupació de Catalunya para crear un consorcio.



03.5 COMPARATIVA CON OTRA COMARCA EUROPEA: ALEMANIA

CONTEXTO

Alemania es la principal potencia económica en Europa y la cuarta a nivel mundial. Según el FMI, en 2019 el país registró la tasa de crecimiento más débil desde la crisis de la Eurozona, con un crecimiento del PIB de solo 0.6%, desde 1.5% del año anterior. Esto se debió principalmente a la caída de la demanda mundial de bienes de capital y la incertidumbre en torno al proceso del Brexit, que ha afectado a la economía orientada a la exportación de Alemania, junto con la incertidumbre política y los cambios estructurales en la industria automotriz.

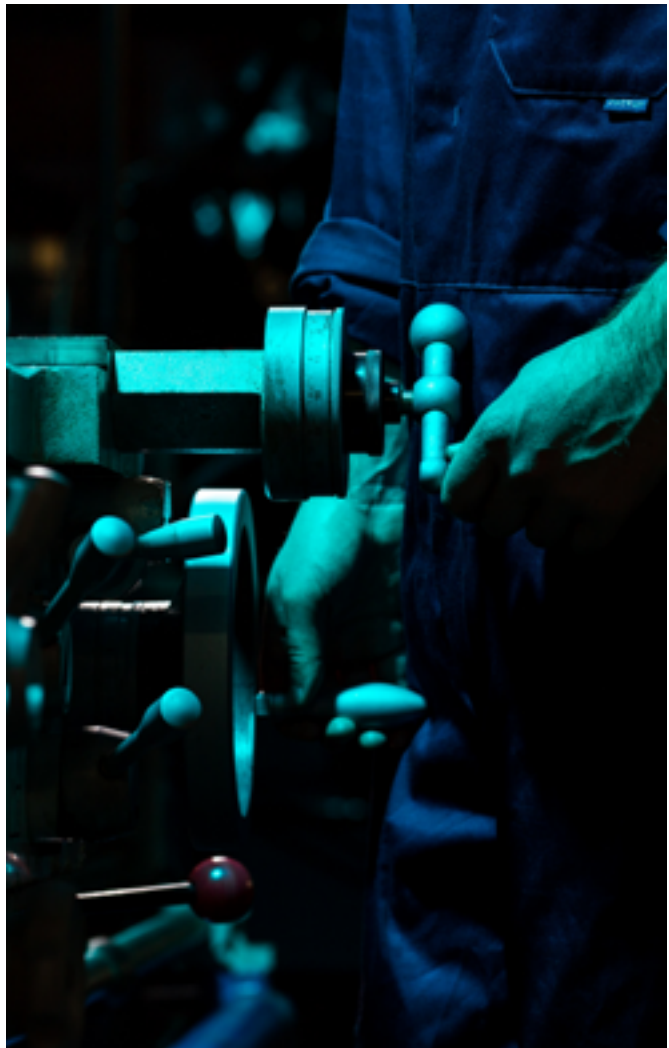
Según las previsiones actualizadas del FMI del 14 de abril de 2020, debido al estallido del COVID-19 se espera que el crecimiento del PIB caiga a -7% en 2020 y aumente a 5.2% en 2021, sujeto a la economía global postpandemia.

En 2019, por primera vez en 18 años, se estimó que la relación deuda/PIB de Alemania cayó por debajo del criterio de Maastricht.

A pesar del empeoramiento de las perspectivas de crecimiento, el país mantendrá un superávit presupuestario este año del 0,9% del PIB, en medio de un fuerte aumento de los ingresos fiscales, la disminución de los costos del servicio de la deuda y el gasto gubernamental moderado.

El FMI preveía un superávit presupuestario del 1% en 2020 y del 0,7% en 2021. Con las crecientes preocupaciones de una recesión mundial, el Gobierno enfrenta cada vez más llamados, tanto a nivel nacional como internacional, para gastar más en inversiones para apoyar la economía. Sin embargo, el presupuesto para 2020 continuará con la política de “schwarze Null”, lo que significa que no se harán nuevas deudas por séptimo año consecutivo.

El “Bundesbank” (banco central alemán) espera que las exportaciones aumenten fuertemente en el transcurso de 2020, mientras que la demanda interna no debería aumentar tan dinámicamente como en los años anteriores debido a una desaceleración en el ingreso real disponible a causa de un crecimiento del empleo mucho más débil.



En 2019, el mercado laboral alemán mostró un buen desempeño a pesar del lento crecimiento económico, cayendo a 3.2% desde 3.4% el año anterior, con la gran mayoría de los empleos recién creados sujetos a contribuciones de seguro social. La tasa de desempleo debería mantenerse estable en los próximos años a pesar del impacto económico negativo de la pandemia de COVID-19. Con un PIB per cápita de USD 53,735, Alemania se encuentra entre los países más ricos del mundo. Sin embargo, según los datos de Destatis, alrededor del 18.7% de la población del país está en riesgo de pobreza o exclusión social.



COYUNTURA DEL MERCADO

El sector agrícola alemán es bastante limitado: aporta solo el 0,7% del PIB y emplea al 1% de la fuerza laboral del país. Los principales productos agrícolas incluyen leche, cerdo, remolacha azucarera, patatas, trigo, cebada y cereales. Según la Oficina Nacional de Estadística Destatis, en Alemania hay alrededor de 266,700 explotaciones agrícolas, de las cuales la mayoría son empresas individuales, lo que significa que la mayoría de los agricultores manejan sus negocios solos o con sus familias. Alrededor de 19.900 explotaciones se dedican a la agricultura ecológica.

El sector industrial representa aproximadamente el 28% del PIB y emplea al 27% de la fuerza laboral alemana. Alemania es el país más industrializado de Europa, y su economía está bien diversificada: la industria automotriz es el sector más grande del país, pero Alemania también conserva otros sectores especializados, que incluyen ingeniería mecánica, equipos eléctricos y electrónicos y productos químicos. La actividad industrial se concentra principalmente en los estados de Baden-Württemberg y Renania del Norte-Westfalia, donde hay más de la mitad de las 1.600 empresas manufactureras alemanas identificadas como líderes mundiales del mercado.

El sector de servicios de Alemania emplea al 72% de la fuerza laboral y contribuye con el 61.5% del PIB del país. El crecimiento del sector en los últimos años fue impulsado principalmente por una fuerte demanda de servicios relacionados con los negocios y por el desarrollo de nuevas tecnologías, lo que contribuyó a establecer sucursales completamente nuevas en el sector terciario. El modelo económico alemán depende en gran medida de una densa red de pequeñas y medianas empresas, a menudo muy abiertas al entorno internacional. Según Destatis, el 61% de las personas empleadas en Alemania trabajan en pymes.

RESPUESTA AL COVID-19

RESPUESTA AL COVID-19

- Restricciones de importación y exportación
- Plan de recuperación económica
- Plan de apoyo para empresas
- Plan de apoyo a los exportadores

Restricciones de importación y exportación

Para obtener información sobre todas las medidas aplicables a la circulación de mercancías durante el período de emergencia sanitaria debido al brote de COVID-19, incluidas eventuales restricciones a las importaciones y exportaciones, si corresponde. El gobierno federal levantó las prohibiciones de exportación de equipos médicos que se emitieron en marzo de 2020, por lo tanto, la exportación de equipos de protección a otros estados miembros de la UE ya no requiere un permiso. Las “directrices para medidas de gestión fronteriza para proteger la salud y garantizar la disponibilidad de bienes y servicios esenciales” son emitidas por la Comisión Europea.

Plan de recuperación económica

Para obtener información sobre el esquema de recuperación económica establecido por el gobierno alemán para abordar el impacto de la pandemia COVID-19 en la economía nacional. Y también para la información sobre la respuesta económica de la UE al COVID-19 y las acciones para minimizar las consecuencias en las economías de los estados miembros de la UE del brote de COVID-19.

Plan de apoyo para empresas

Para obtener información sobre el esquema de apoyo comercial local establecido por el gobierno federal alemán para ayudar a las pequeñas y medianas empresas a hacer frente a los impactos económicos de la epidemia COVID19 en su actividad.

Plan de apoyo a los exportadores

El Ministerio de Economía y Energía de Alemania y el Ministerio Federal de Finanzas acordaron la posibilidad de que el Gobierno Federal expida garantías de exportación para transacciones con obligaciones de pago a corto plazo (de hasta 24 meses) dentro de la UE y con ciertos países de la OCDE. La Comisión Europea adoptó un marco temporal para medidas de ayuda estatal con el fin de apoyar la economía en el brote de COVID-19, que permite que el Estado proporcione un seguro de crédito a la exportación a corto plazo cuando sea necesario.



CONTEXTO DE EUSKADI

El Gobierno Vasco ha aprobado su programa para hacer frente a la situación generada por la covid-19 y son tres los principales principios: garantizar la salud, reactivar la economía y el empleo, y avanzar en la inclusión social. Partiendo de estos ejes se han definido 10 retos que evocan a una colaboración interinstitucional, público-privada y social.

- ▶ Reducir el paro por debajo del 10%.
- ▶ Avanzar en la importancia de la industria con el objetivo de que la suma de actividad industriales y servicios avanzados ligados a la industria superen el 40% del PIB.
- ▶ Lograr la convergencia en Investigación y Desarrollo con la media europea.
- ▶ Colocar a Euskadi entre los cinco países europeos con menor desigualdad social y posicionarla entre los seis países de la UE con mayor índice de igualdad de género.
- ▶ Gobierno Vasco aprueba su programa con los retos de garantizar la salud y reactivar la economía y el empleo.
- ▶ Consolidación de la tasa de abandono escolar por debajo del 7% y avanzar en el conocimiento del euskera.
- ▶ Aumento de la esperanza de vida hasta los 85 años.
- ▶ Reducción en un 30% la emisión de gases de efecto invernadero.
- ▶ Lograr que la cuota de energías renovables represente el 20% del consumo final de consumo de energía en la comunidad.
- ▶ Tasas de natalidad aumenten un 10%.

Por otra parte desde Orkestra, instituto vasco de la competitividad, afirma que esta crisis generará varias oportunidades entorno a la emergencia climática, las transiciones demográficas o la revolución digital.

Según ellos esta crisis ha cogido a las empresas vascas en un momento óptimo, lo cual va a permitir afrontar reformas estructurales en cuanto a los siguientes temas: el aumento de la productividad derivado de nuevas formas de organizar el trabajo, la reducción de emisiones por «la disminución de la actividad presencial», o patrones de consumo sostenible «promovidos por la relocalización de las cadenas de valor, que requieren menor consumo energético y de materiales.

CONCLUSIONES GENERALES

RETOS COMUNES

Tras analizar las diferentes comarcas vascas como, por ejemplo, la de Tolosaldea, se percibe que a nivel de EusDada la coyuntura socioeconómica generada por la pandemia de la Covid-19, se ha provocado un impacto negativo en la proyección en los sectores económicos clave. Los seis sectores industriales que han sufrido un gran impacto en Alemania podrían ser los mismos que han sido afectados en el entorno vasco.

RETOS COMUNES

Automoción

Ante esta coyuntura particular se ha experimentado una caída de ventas en el sector de la automoción. Las empresas del sector ya están retomando gradualmente la producción.

IT/Telecomunicaciones

Sector beneficiado a raíz del home office y herramientas de comunicación.

Aeroespacial

Cese de la producción de Airbus. Reducción de los volúmenes de producción.

Energía

Subvenciones en el sector de energías renovables y petición de alargar los plazos de ejecución de los parques eólicos. Reducción de los precios del petróleo y de extracción de minerales.

Sector del metal

Reducción de la actividad de las empresas del metal por falta de suministro o cancelación de pedidos.

Máquina herramienta

Sector no tan afectado como el de la automoción, pero con reducción de la producción como consecuencia de la falta de abastecimiento

TENDENCIAS COMUNES

A continuación se presentan algunas de las tendencias en los mercados. Si bien es cierto que estas tendencias llevan años haciéndose un hueco, la pandemia de la Covid-19 ha acelerado la proyección de todas ellas

TENDENCIAS COMUNES

Teletrabajo

Durante la crisis muchas empresas se aprovechan de la opción del “home-office”, una tendencia que probablemente prevalecerá aún después de la crisis. La empresa alemana Teamviewer (desarrollador de software) ha tenido un crecimiento acelerado, puesto que da opciones de conexión a ordenadores o dispositivos en modo remoto. Las ventas en el primer trimestre crecieron un 60%.

Telemedicina

La telemedicina está en auge motivada por la crisis de la Covid-19. Se trata de evitar también las salas de espera. Las visitas ahora se llevan a cabo con mayor frecuencia a través de videollamada, por medio de internet. Todos los proveedores de servicios de telemedicina han reportado altas tasas de crecimiento desde marzo. El líder de mercado alemán, TELECLINIC aumenta el número de tratamientos online alrededor de un 50% cada semana, comparado con la semana anterior.

Bioteología

Su trabajo se está centrando en conseguir una vacuna y han logrado atraer interés de compra.

Paquetería

Han tenido un boom inesperado por la Covid-19 y están trabajando a niveles de Navidad.

Automoción

Ahora mismo se presentan muchas incógnitas en el sector automotriz en relación a la incertidumbre sobre el nivel de demanda de vehículos o la dirección que va a tomar la movilidad. Son preguntas que todavía no tienen una respuesta clara.

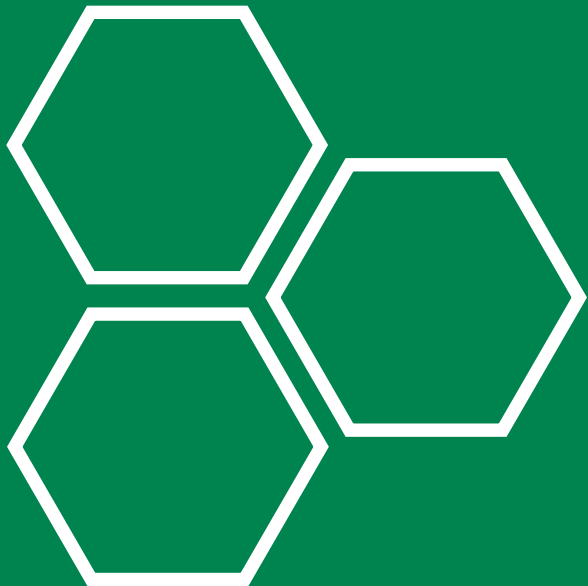
Energías renovables

A pesar de que muchas industrias se enfrentan a problemas a causa de la crisis de la COVID-19, la demanda en el sector solar ha aumentado. De hecho, el fabricante Solarwatt afirma que los últimos tres meses han sido los mejores desde la creación de la empresa.

Sector financiero

Debido al nivel de incertidumbre en la bolsa, la actividad comercial y las especulaciones han subido. El tipo de interés impuesto por el Banco Central Europeo, tanto para Alemania como para toda la Eurozona, se mantiene al 0%. Debido al nivel de incertidumbre en los mercados, las actividades comerciales han aumentado. Con cada transacción que se lleva a cabo, la bolsa gana. En la plataforma de comercio digital “XETRA”, las ventas diarias de 5.000 millones de euros han aumentado a 19.000 millones de euros (+ 270%).

Por otro lado, las medidas tomadas para hacer frente a la pandemia de la Covid-19 han puesto una serie de nuevas formas de hacer que condicionan el desarrollo habitual. Algunas de esas claves son las restricciones de movilidad de la población como el confinamiento, la distancia social, el uso de mascarillas y los viajes limitados. Otra clave son las fronteras abiertas en la UE y abiertas con ciertos países exteriores en igualdad de condiciones sanitarias.



04 OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS



Una vez realizado el análisis de la comarca, el análisis de tendencias globales y la comparativa con otros entornos, en este apartado se procede a identificar diferentes modelos de negocio en sectores que se consideran emergentes y necesarios para afrontar el desarrollo social, económico y medioambiental en la próxima década.

Cabe recalcar que el mundo se encuentra en una situación atípica y de mucha incertidumbre con la irrupción del COVID19. Según el Observatorio Sectorial DBK, los sectores menos afectados por la pandemia son la industria y distribución de productos alimentarios y tabaco, farmacia y salud, agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, telecomunicaciones, servicios urbanos y gestión de residuos, envases, actividades de alquiler, otros productos de consumo y comercio electrónico, este último impulsor del sector de los envases de cartón por el aumento en la demanda de pedidos a domicilio. Farmacia-salud y telecomunicaciones amortiguan sus efectos negativos por el consumo creciente de productos sanitarios y por el aumento del tráfico de datos derivado de las medidas de confinamiento y del teletrabajo.

Es por ello que se presta especial atención a aspectos como la digitalización en su amplio espectro, la higiene, prevención y la salud y la logística de última milla, ahora más que nunca tendencias que van a marcar una línea a seguir para todas las empresas existentes que representan a los diferentes sectores, pero también para las de reciente creación.

Además, tampoco se pueden obviar conceptos como la sostenibilidad y los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), Silver economy (Industria destinada al envejecimiento y a las personas mayores) y las industrias creativas, las cuales han encontrado un gran soporte en la digitalización con la irrupción del COVID19.

SECTORES EMERGENTES

Los sectores considerados como emergentes y sobre los cuales se mostrarán ejemplos de modelos de negocio son los siguientes:

- Economía circular.
- Movilidad sostenible.
- Industria 4.0.
- Energías limpias y eficiencia energética.
- Industrias creativas.
- Alimentación consciente y hábitos de vida saludables.
- Silver economy y envejecimiento activo.

04.1 ECONOMÍA CIRCULAR

La economía circular está jugando un papel importante en el apartado de la sostenibilidad y en la consecución de los ODS, al mismo tiempo que se generan oportunidades de negocio con capacidad de generar empleo y riqueza en el entorno. Cada vez son más los proyectos que se centran en aprovechar los residuos de manera inteligente convirtiéndolos en productos competitivos y atractivos dirigidos a diferentes mercados o sectores.

De hecho, a nivel institucional, el consejo de ministros aprobó el 2 de junio de 2020 la Estrategia Española de Economía Circular con el objetivo final de reducir la generación de residuos y la emisión de gases e incrementar la reutilización. De este modo, se asegura que la economía circular ayudaría a la reconstrucción de la situación económica deteriorada por la crisis sanitaria de la Covid19. Para ello, la EEEEC identifica seis sectores prioritarios de actividad en los que incorporar este reto para una España circular: sector de la construcción, agroalimentario, pesquero y forestal, industrial, bienes de consumo, turismo y textil y confección.

Por su parte, impact Hub Madrid ha encuestado un total de 219 empresas durante el mes de mayo para poder analizar cuál ha sido el impacto de la COVID-19 en sus modelos de negocio e identificar cuáles son sus nuevas necesidades. El 43% de los encuestados considera que la responsabilidad social y las políticas de sostenibilidad de las empresas se han convertido en un tema urgente y el 42% adoptará medidas relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EJEMPLOS

Existen diferentes ejemplos, los cuales usan diversas materias primas como pueden ser el plástico, la materia orgánica, el textil, el papel, etc... Todos ellos haciendo referencia a la tercera de las Rs de la teoría de las “3Rs”, la de Reciclar. Partiendo de ella, existen otros modelos de negocio basados en la Reutilización, la segunda de las Rs, y que van muy ligados a la economía colaborativa. La economía colaborativa permite el aprovechamiento y la reutilización de los recursos infrautilizados y su esencia consiste en sustituir la filosofía de “comprar y poseer” por la de “usar”. De esta manera se optimiza el consumo y la producción de recursos, reduciendo la explotación de nuevas materias primas y ofreciendo soluciones “justo a tiempo” que satisfacen la demanda de los consumidores.

A continuación, se hace referencia a diferentes ejemplos de negocios en materia de economía circular y economía colaborativa que puedan servir de inspiración:

- **Ekomodoo**: Diseño y fabricación de accesorios mediante plástico reciclado
- **Zicla**: Diseño y fabricación de elementos para la seguridad vial y urbana mediante plástico reciclado.
- **Geopannel**: Fabricación de elementos aislantes mediante materias primas recicladas.
- **Recircular**: Plataforma para la gestión de subproductos y materias primas

04.2 MOVILIDAD SOSTENIBLE

La movilidad sostenible es una tendencia que va calando poco a poco y que cada vez tenemos más presente en el día a día debido a los avances que se están dando en el sector del automóvil y los nuevos combustibles y al peso que están adquiriendo otro tipo de métodos de transporte como son la bicicleta, el transporte público o el carsharing (vehículo compartido). Las industrias que representan a cada uno de estos métodos, están generando oportunidades de negocio interesante en toda la cadena de valor: desde el diseño y fabricación del producto terminado, hasta el I+D, la fabricación de componentes, la distribución, la venta y el servicio técnico de los mismos.

La crisis del COVID-19 demuestra que la reducción del tráfico motorizado es el mejor instrumento para rebajar la contaminación atmosférica en las ciudades y en los municipios más importantes. Durante las tres primeras semanas de confinamiento las 80 localidades más pobladas de nuestro país vieron cómo se habían reducido los niveles de dióxido de nitrógeno (NO₂) en un 51%.

Pero el Covid también ha provocado un efecto rebote en este sector, ya que el transporte público se ve afectado por el temor ciudadano al contagio. La cantidad de pasajeros ha disminuido entre un 70% y 90% en las principales ciudades del mundo.

La tendencia está clara. Solo en el mes de junio se han conocido medidas como:

Transportes Metropolitanos de Barcelona (TMB) ha abierto el proceso de licitación para adquirir 46 autobuses híbridos de gas natural comprimido (GNC), 16 de los cuales serán articulados.

El Ayuntamiento de Sevilla ha adquirido 14 nuevos autobuses de gas natural para la flota de Tussam.

El Ayuntamiento de Salamanca cuenta con cinco autobuses de gas natural.



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EJEMPLOS

La desaceleración ocasionada por el COVID19 está acelerando en Europa la normalización de vehículos más sostenibles, aprovechando la puesta en marcha de los planes renove para incentivar la transición hacia el vehículo eléctrico. Por lo que en este sentido se presentan, como anteriormente se ha mencionado, oportunidades en la adaptación de toda la cadena de valor de la automoción.

Cabe mencionar también el fuerte crecimiento del mercado del ciclismo en este periodo post pandemia, ya que la población considera la bicicleta como un método más seguro y una alternativa al transporte público. Ciudades como Londres, Berlín y Glasgow, están incentivando el uso de la red local de bicicletas ofertando viajes gratuitos en los mismos.

Si ya en España se vendieron el pasado año más de 3.400 bicicletas diarias, lo que ha provocado el crecimiento en más de un 9% del volumen de negocio de los componentes (30,4%), textil (8,4%), calzado (4%) y cascos (4,3%), durante la etapa posterior al confinamiento las ventas se han disparado hasta casi un 400%. Así lo confirma la Asociación Nacional de marcas del sector de la bicicleta, que ha destacado que esta radiografía del sector ha puesto en evidencia que el ciclismo está en auge y se trata de una tendencia que continuará.

En definitiva, el sector de la bicicleta ha sido uno de los grandes beneficiados este nuevo periodo, el cual además de ser un método más seguro, plantea un ocio al aire libre evitando aglomeraciones y situaciones de contagio. Tanto la venta de bicicletas, como la de componentes y la mano de obra referente a reparaciones y puestas a punto han crecido tanto en el canal físico como en el online.

A continuación se hace referencia a diferentes ejemplos de negocio en materia de movilidad sostenible que puedan servir de inspiración:

- **Ciclogreen**: Plataforma que promueve prácticas de movilidad sostenible
- **Wahoo**: Elementos inteligentes relacionados con la bicicleta
- **Tuvalum**: Plataforma de venta de bicicletas de segunda mano
- **Car2go**: Plataforma de servicios de Carsharing

04.3 INDUSTRIA 4.0

La industria 4.0 o industria conectada y automatizada es una tendencia que ha llegado para quedarse en esta última década y que también debe acelerarse con la irrupción de la pandemia, ya que la sociedad no puede permitirse prescindir de ciertos productos relativos a diferentes industrias.



Esta manera de hacer, y que se apoya en la sensórica y en el internet de las cosas, facilita información a las empresas a la hora de tomar decisiones sobre la producción, el mantenimiento de bienes y equipo, stock y compra de materiales, ventas, etc... siempre con el objetivo de servir productos con un alto estándar de calidad, a un precio competitivo y en el plazo acordado. Es decir, la industria 4.0. facilita la conexión de los diferentes departamentos o procesos de la empresas con el fin de satisfacer al máximo las expectativas del cliente.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EJEMPLOS

El sector de la industria 4.0. está generando diversas oportunidades que albergan los diferentes procesos de la empresa. Por un lado, se detectan oportunidades en el ámbito productivo y de mantenimiento de los bienes de equipo, con el fin de optimizar el proceso de fabricación y tomar las mejores decisiones al respecto.

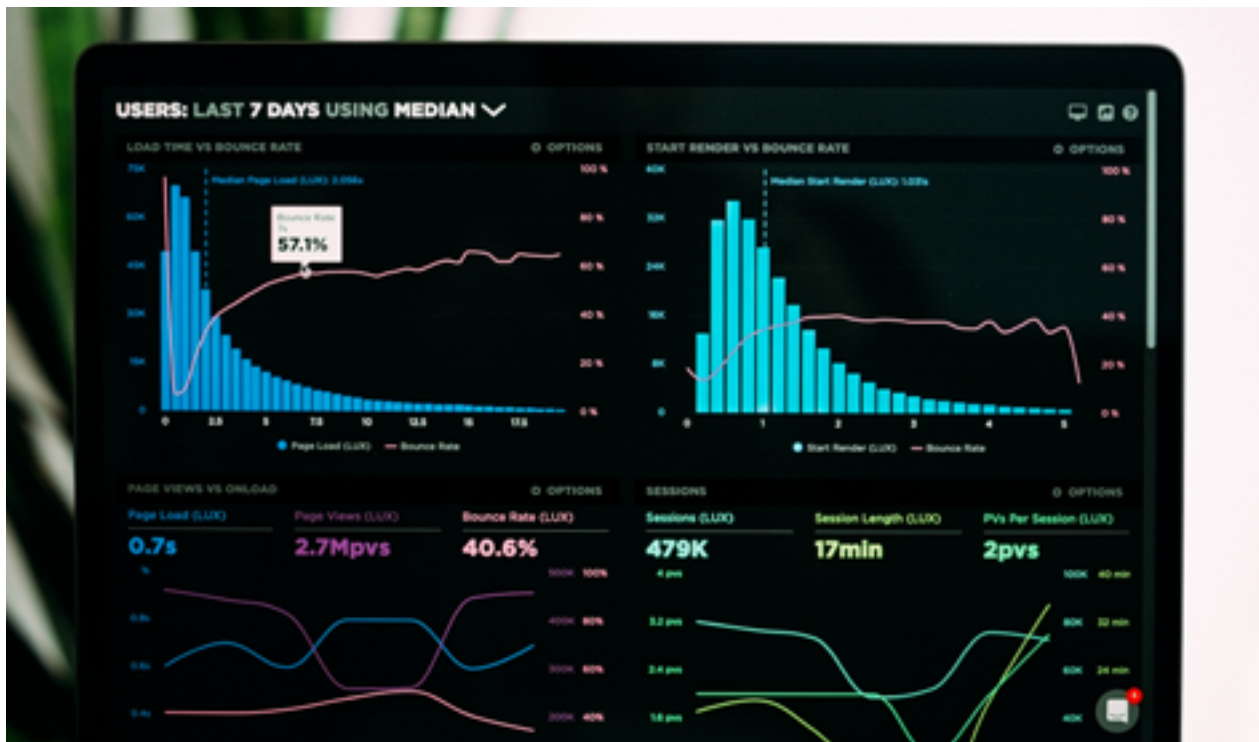
Por otra parte, la industria 4.0. también genera oportunidades de cara a la distribución y venta del producto y la inteligencia competitiva. En el ámbito de la distribución se están implementando programas para la automatización de pedidos y almacenes inteligentes, que tienen monitorizado en todo momento el stock disponible para, poder así, activar la entrega del producto al cliente.

En cuanto a la venta se refiere, el COVID19 está acelerando las estrategias de marketing en todos los sectores, incluso en el sector industrial. La fuerza de ventas tradicional se ha visto interrumpida por las restricciones del contacto físico, por lo que las empresas que quieran seguir estando visibles, tendrán que adaptarse a esta nueva realidad comercial.

Finalmente, como elemento más desconocido, se presenta la inteligencia competitiva digital, que mediante algoritmos han sido desarrollados e implementados diferentes software para que las empresas tomen decisiones estratégicas en torno a nuevos procesos, productos y mercados a los que dirigirse y explorar.

A continuación se hace referencia a diferentes ejemplos de negocio en materia de industria 4.0. que puedan servir de inspiración:

- **Talka Media:** Estrategia de marketing digital para entornos industriales
- **Digital 5:** Consultoría informática en ERP/CRM
- **NEM Solutions:** Empresa de base tecnológica enfocada al sector del mantenimiento inteligente de sistemas complejos



04.4 ENERGÍAS LIMPIAS Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

Las energías renovables son el presente y el futuro, ya que contribuyen al cuidado de nuestro planeta gracias a que son energías inagotables y que no afectan negativamente a nuestro entorno. Es por ello por lo que cada vez son más las empresas e instituciones que apuestan por la utilización de las energías renovables.

A finales de 2018, concretamente el 21 de diciembre, se publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea con gran trascendencia en materia energética la Directiva 2018/2001 del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2018 relativa al fomento del uso de energía procedente de fuentes renovables.

Tal y como se recoge en el objeto de la misma, establece un marco común y un objetivo vinculante de, al menos, el 32% para el fomento de la energía procedente de fuentes renovables en el consumo final bruto de energía de la Unión Europea para el año 2030.

Estos objetivos acordados, están acelerando en estos últimos años la integración de estas fuentes en el sistema energético, de manera que el sector agregó 176 gigavatios (GW) de capacidad de generación a nivel mundial en 2019, cantidad ligeramente más baja que los 179 GW agregados un año antes, según el anuario estadístico de la capacidad renovable que realiza Agencia Internacional de Energía Renovable (IRENA). España, como en sus mejores tiempos, volvió a brillar, incrementando la capacidad renovable en más de seis gigavatios.



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EJEMPLOS

Este sector, al igual que los anteriormente mencionados está generando muchas oportunidades de negocio en toda la cadena de valor, desde la fabricación y desarrollo de equipos, componentes y software para la generación y la correcta gestión de energía, hasta distribución, venta, instalación y mantenimiento de los equipos.

En este sentido, cabe recalcar que existe una gran barrera económica de entrada al sector en el caso de querer introducirse en la generación de energía a gran escala y en la fabricación de equipos de energías renovables.

Sin embargo, sí que se identifica un nicho de mercado en el desarrollo e implantación de software para la gestión eficiente de la energía y en la instalación y mantenimiento de equipos renovables para el autoconsumo, sin olvidar las oportunidad que está generando el nicho de la rehabilitación energética en materia de construcción y reformas.

A continuación se hace referencia diferentes ejemplos de negocio en materia de eficiencia energética y energías limpias que puedan servir de inspiración:

- **E-LON:** Ingeniería especializada en la instalación de paneles solares para el autoconsumo fotovoltaico y monitorización de energía.
- **Blokatech:** Fabricación de bloques de aislamiento autoportantes.
- **Onhaus:** Distribución de materiales Passivhaus y edificios de consumo casi nulo EECN.
- **Esetek Smart Energy:** Empresa de servicios energéticos.

04.5 INDUSTRIAS CREATIVAS

Las industrias culturales y creativas (ICC) contribuyen masivamente a la economía mundial y constituyen un factor clave para la economía digital. Dichas industrias son bienes estratégicos para las economías nacionales y regionales, ya que crean millones de empleos, potencian el atractivo de las ciudades y mejoran la calidad de vida, tanto en los países desarrollados como en los países emergentes. Los subsectores incluidos aquí abarcan: publicidad, arquitectura, arte y mercado de antigüedades, artesanías, diseño, diseño de moda, cine y vídeo, softwares interactivos de entretenimiento, música, artes de actuación, edición, software y servicios informáticos, televisión y radio.

Los números confirman la relevancia de este sector. Según el informe "Cultural Times: The first global map of cultural and creative industries" de la UNESCO, la cultura y los bienes o servicios directamente relacionados con la creatividad representan un 3% del PIB mundial, y dan empleo a 29,5 millones de personas en el mundo, más que lo que aportan sectores como el de las telecomunicaciones o economías nacionales como la alemana. Los ingresos de las industrias culturales y creativas en el mundo representan US\$2,25 billones, más que toda la industria automovilística de Europa, Japón y Estados Unidos.

Además, a esto hay que añadir que Durango ha conseguido generar un fuerte punto de encuentro para esta industria en el País Vasco mediante la consecución de la Feria del libro y del disco vasco, convirtiéndose en epicentro y en un referente de la cultura en nuestra región.



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EJEMPLOS

La cadena de valor de este sector también presenta oportunidades de diferente índole para emprender, pero su estructura no se asemeja al de las industrias más tradicionales como puede ser la del automóvil o cualquier tipo de industria manufacturera.

Esta industria la componen, por un lado, los creadores de contenidos y, por el otro, los productores y distribuidores de los mismos. Los contenidos pueden reflejarse tanto en formatos físicos como audiovisuales o incluso digitales. Este último, el formato digital, ha dado un fuerte impulso a esta industria mediante la irrupción de diferentes plataformas que han conseguido atraer a muchos usuarios, con modelos de negocio basados en la publicidad y en la suscripción.



El funcionamiento del formato físico como son los libros y todo tipo soportes que conllevan papel y texto, y los formatos audiovisuales como son el cine, la música y los contenidos televisivos mantienen el modelo de negocio tradicional que ha imperado en el sector en esta última época.

A continuación, se hace referencia a diferentes ejemplos de negocio en el sector de las industrias creativas que puedan servir de inspiración:

- **Grupo Secuoya:** Con sede social en Granada, administra las instalaciones de la futura ciudad de la Tele. Socio de servicios de Netflix.
- **Pausoka:** Productora referente ubicada en Bilbao, con series como «Goenkale» o «Go!azen!» y programas de humor o concursos como «Vaya Semanita» o «¡Ama, Vótame!». La productora ha producido en Antena 3, Telecinco y Telemadrid.
- **Elkar Fundazioa:** Firma responsable de “Elkar, Euskal Liburu eta Kanten Argitaldaria”. Esta editorial pone el foco en los libros y la música. Un 40% de los libros que se facturan en Euskadi proceden de sus tiendas.

04.6 BIENESTAR Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES

Los conceptos “Real fooding” y “Wellbeing” son tendencias que están cogiendo mucho peso en los países desarrollados, sobre todo en Europa y en Norteamérica. Cada vez más nutricionistas están insistiendo en la importancia de comer “comida real”, aquella que se ha dejado de lado por culpa de los ultraprocesados generados y promocionados por la industria alimentaria actual.

La alimentación se ha centrado en nutrientes y calorías en lugar de la alimentación, en lugar de comida real, de manera que se ha pasado por alto el grado de procesamiento de las materias primas, ignorando los posibles efectos que alteran al alimento y que tienen repercusión en la salud de las personas.

En cuanto a las actividades de “Wellbeing” se refiere, según los últimos datos que aportó el informe Global Wellness Economy Monitor desarrollado por Global Wellness Institute (GWI), se reflejó un crecimiento del 12,8% de 2015 a 2017, pasando de 3.7 billones de dólares a un mercado de 4.2 billones de dólares. Para poner eso en el contexto económico, desde 2015 hasta 2017, la economía del wellness creció un 6.4% anual, casi el doble de rápido que el crecimiento económico global (3.6%).



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EJEMPLOS

Los nuevos negocios que se han puesto en marcha en ambos campos como son el “Real fooding” y el “Wellbeing” han estado muy centrados la oferta de servicios más que en la fabricación de productos, como pueden ser la restauración y la hostelería, el comercio, actividades para el bienestar físico y mental (Yoga, Pilates, Aerobic, Zumba, Spinning, etc...), servicios de spa y wellness y el turismo activo. Pero no hay que olvidar que esta industria también presenta oportunidades en la fabricación de productos tanto alimentarios como manufacturados, y en el desarrollo de soluciones digitales para el sector.

A continuación, se hace referencia a diferentes ejemplos de negocio en el sector del bienestar que pueden servir de inspiración:

- **Eibar Sasoian**: centro integral de salud y bienestar.
- **Turinea**: buscador de rutas temática y turismo activo.
- **Copper Deli Bilbao**: bar y restaurante de comida rápida, sana y consciente.
- **Fixme**: plataforma que conecta a usuarios y profesionales para el bienestar

04.7 SYLVER ECONOMY Y ENVEJECIMIENTO ACTIVO

La esperanza de vida es cada día más alta. Los estudios realizados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) afirman que en España se vivirá entre los 80 y los 85 años, un año más en el caso de las mujeres, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Por su parte, la edad de jubilación está fijada en los 65 años, y la prejubilación, fijada por las empresas, suele estar entre los 55 y los 60 años.

Teniendo estos datos sobre la mesa y con toda una vida trabajada, la horquilla de tiempo de jubilación es bastante amplia, ya que oscila entre los 15 y los 35 años. El conjunto de oportunidades que derivan del impacto económico y social de los mayores de 55 años (una población que representa el 25% del PIB de Europa) supondrá en 2025 el 37,8%, según el informe 'Ageingnomics' de Mapfre y la escuela de negocios de Deusto. Esto se debe a que el 70% de la renta está en manos de los mayores de 60 años. Es más, en poco más de cinco años, esta economía moverá más de 5,7 billones de euros y generará el 38% del empleo de Europa (alrededor de 88 millones de puestos de trabajo), según indica un informe de la Comisión Europea desarrollado por el Grupo Technopolis y Oxford Economics.

Este colectivo que supera los 55 años ya no afronta sus últimos años de trabajo como el final de una vida laboral, sino como el inicio de otra etapa igual de fructífera porque, sobre todo, tienen la sensación de que hacen aquello que no podían hacer en el pasado por la falta de tiempo o de recursos financieros.



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y EJEMPLOS

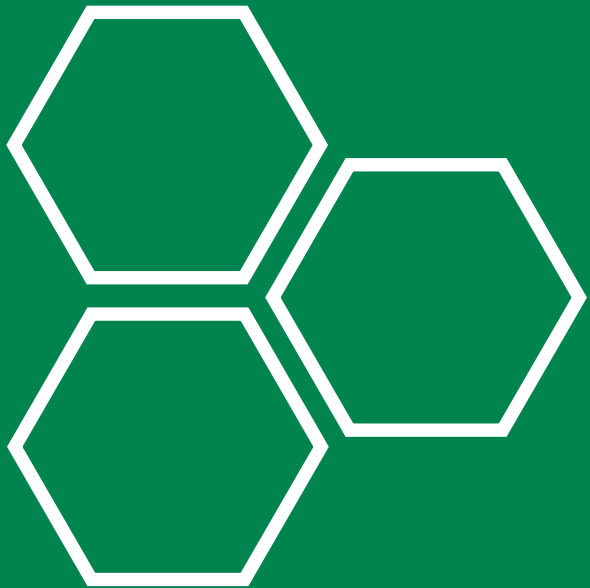
La cadena de valor de la "Silver Economy" genera diferentes oportunidades de negocio tanto en la fabricación de tecnología aplicada a los campos de la biomedicina, la dependencia, el ocio y el tiempo libre, como en la oferta de servicios para la readaptación del turismo y el acompañamiento en la etapa de dependencia.

Además, las personas que van entrando ahora en esta etapa y que se les puede considerar integrantes del colectivo que representan a esta economía, van a tener un mayor dominio de las tecnologías digitales, lo que permite crear negocios más ágiles y escalables.

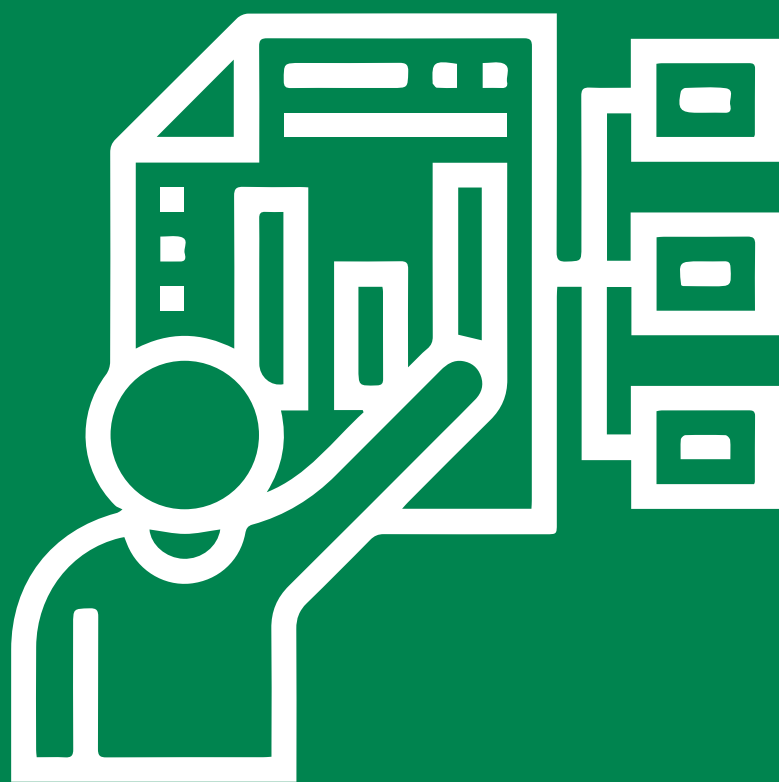
A continuación se hace referencia a diferentes ejemplos de negocio en el sector de la “Silver Economy” y el envejecimiento activo que pueden servir de inspiración:

- **Kuida:** Servicios y ayuda a domicilio a personas mayores.
- **Burulogy:** Herramienta digital para el desarrollo cognitivo de las personas mayores.
- **Kuvu:** Plataforma digital que fomenta la intergeneracionalidad mediante el hecho de compartir casa.
- **Ecohousing:** Estudio de arquitectura especialista en proyectos de Cohousing.





05 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS



En este último apartado, se extraen las principales conclusiones del informe a modo de resumen y se sugieren diferentes acciones de cara a fomentar un emprendimiento que genera valor añadido y puestos de trabajos con recorrido de futuro.

05.1 PRINCIPALES CONCLUSIONES SOBRE LA SITUACIÓN GENERAL

En cuanto a las conclusiones se refiere, se han extraído las principales ideas fuerza que recoge el informe en cada apartado con el fin de poner cierto énfasis en las mismas.

- En primer lugar, cabe mencionar que la comarca de Durangaldea posee un gran equilibrio en la composición de su VAB, siendo una comarca con un alto componente industrial (+40% del VAB), y con un importante papel de los sectores de servicios, en su localidad referente, Durango, que suponen más del 75% de su VAB total.
- Construcción, servicios e industria son los sectores que más han sufrido la situación actual contraída por el COVID-19, sin embargo, el propio sector industrial, es uno de los más optimistas en cuanto a posibilidades de recuperación, junto con sector primario y logística. Las actividades con mayor número de establecimientos son: comercio, transporte y hostelería, seguidos de actividades profesionales, auxiliares y construcción. Euskadi tiene una baja tasa de nacimiento de empresas, pero también de muerte. Todo estos datos pueden suponer una importante oportunidad.
- El tipo de oportunidades de negocio que más se están incentivando son aquellas dedicadas a sectores de alto valor añadido como la industria manufacturera y servicios de mercado no financieros. Esto se debe a su alto potencial de crecimiento.
- El teletrabajo supondrá un impulso para el consumo digital, la ciberseguridad, la preservación de la privacidad, el uso de la nube y el software libre. El aumento del consumo online ofrecerá oportunidades a los servicios e-commerce.



- El patriotismo industrial y el mayor compromiso por el medio ambiente favorecerán el consumo local, lo que derivará en el rediseño de la cadena de suministro y un aumento en la fabricación de componentes y productos con procesos liderados por la impresión 3D, Internet de las Cosas y la Inteligencia Artificial. La energía también se verá afectada, ya que los costes de baterías y placas solares disminuirán a la vez que el petróleo perderá fuerza.
- Los nuevos modelos de alimentación, basados en la economía circular, fortalecerán la agricultura y el producto local. La búsqueda de una vida saludable y prolongación de la calidad de vida son también una oportunidad para negocios como gimnasios y centros estéticos.


- La tendencia de empresas y empleos creados en Durangaldea en los diferentes sectores mencionados en el apartado de “Análisis de la empresas creadas en los últimos años” se mantienen en una línea constante durante los tres últimos ejercicios.
- El COVID19 ha generado un nuevo paradigma socioeconómico, en el cual el distanciamiento social, la digitalización, la higiene y la prevención en torno a la salud van totalmente de la mano. Aunque la pandemia no haya venido para quedarse, ciertos hábitos de trabajo y de consumo adquiridos perdurarán en el tiempo y se integrarán con firmeza en el día a día después de haber comprobado su efectividad y beneficios.
- Es importante activar vías de colaboración ágiles entre diferentes instituciones, entender los programas que estén activados a nivel territorial y de Euskadi para traducirlos en acciones concretas a una escala comarcal o municipal. Algunos de esos programas o planes son el sistema vasco de apoyo al emprendimiento, el programa marco por el empleo y la reactivación económica 2017-2020 o el plan interinstitucional de apoyo a la actividad emprendedora.

05.2 PROPUESTA DE POSIBLES MEDIDAS Y ACCIONES A DESARROLLAR

En cuanto a la propuesta de medidas se refiere, en este apartado se sugieren diferentes acciones a desarrollar en la comarca. Estas acciones deberían ser lideradas y coordinadas por Durangaldeko Behargintza y ejecutadas en conjunto con los agentes indicados en cada caso.

- Realización de una jornada de socialización del informe de prospección de negocios con los agentes socioeconómicos clave de la comarca, entre ellos, empresas tractoras, centros formativos, Durangaldeko Behargintza, lanbide, el Ayuntamiento y otros que se puedan considerar estratégicos.
- Ofrecer espacios gratuitos o de bajo coste para emprendedores de la comarca. Esta iniciativa ayuda a poder aguantar la tensión económica y financiera en los dos primeros años críticos de cualquier negocio.
- Trabajar de manera participativa sobre cómo se puede entre todos los agentes abordar las nuevas oportunidades de negocio que sugiere el informe.
- Entrega de una guía intuitiva e innovadora que permita disfrutar del proceso y comprometer a las personas dispuestas a emprender.
- Asesorar y acompañar a las empresas de la comarca en sus planes de intra emprendimiento.
- Fomentar la cultura emprendedora a través de actividades dirigidas a las y los jóvenes.
- Capacitar a las personas emprendedoras en diferentes capacidades digitales y de emprendimiento:

- Marketing Digital: LinkedIn, Instagram, Mailchimp, etc.
- Programas de gestión informáticos.
- E-commerce.
- Metodología Design Thinking.
- Metodologías Lean y Agile.



INFORME DE PROSPECCIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN DURANGALDEA