

**“ESTUDIO DE MERCADO SOBRE OPORTUNIDADES
PARA LA GENERACIÓN DE NUEVAS ACTIVIDADES Y
EMPRESAS EN TORNO A LA CELEBRACIÓN DE LOS
XV JUEGOS MEDITERRÁNEOS ALMERÍA 2005”**

El proyecto “Almería Emprende” se enmarca dentro de la Iniciativa Comunitaria EQUAL para el periodo 2001-2006, en concreto a la primera convocatoria de Equal en Andalucía para el periodo 2001-2004.

EQUAL es una Iniciativa Comunitaria dirigida a promover, en un contexto de cooperación transnacional, nuevos métodos de lucha contra las discriminaciones y desigualdades de toda clase en relación con el mercado de trabajo. Está cofinanciada por el Fondo Social Europeo, por lo que incorpora plenamente las prioridades horizontales relativas a la necesidad de apoyar el desarrollo local, aprovechar las ventajas y el potencial de empleo de la sociedad de la información e integrar las políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

EQUAL parte de las experiencias obtenidas en las anteriores Iniciativas Comunitarias de Recursos Humanos, ADAPT y EMPLEO, y se enmarca dentro de la Estrategia Europea por el Empleo (EEE), puesta en marcha en el Consejo Europeo de Luxemburgo de noviembre de 1997.

Para el desarrollo del Proyecto “Almería Emprende” se constituyó la Agrupación de Desarrollo “Almería por el Empleo” de la que forman parte además de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía, el Excmo. Ayuntamiento de Almería, Asempal, U.G.T, CC.OO y la Diputación Provincial de Almería

Nuestro proyecto se encuadra en el área temática “Creación de empresas”, con el objetivo de abrir el proceso de creación de empresas a todos, proporcionando los instrumentos necesarios para la creación de empresas y para la identificación y explotación de nuevas posibilidades para la creación de empleo, especialmente entre aquellos colectivos que muestran una menor inclinación hacia este tipo de actividad.

Siendo por su parte los objetivos específicos del proyecto:

- Realización de una actuación integral sobre determinados colectivos para evaluar la efectividad de un proceso de sensibilización y apoyo a la creación de empresas.
- Creación de un instrumento de utilidad para I@s emprendedores/as y las empresas locales con el objeto de incrementar su viabilidad y competitividad.
- Aumentar el interés por la creación de empresas.
- Impulsar la aparición de nuevas iniciativas empresariales.

Para la consecución de tales objetivos se diseñó el Programa de Trabajo Nacional, donde se enmarcan las siguientes líneas de actuación:

1. Empresómetro: instrumento para la detección y difusión de oportunidades de creación de empresas en Almería y para la información de I@s agentes institucionales implicados en este tipo de actuaciones.

Es en esta línea de actuación donde se enmarcan los estudios sobre la creación de empresas, como son específicamente sobre los Nuevos Yacimientos de Empleo, sobre los colectivos prioritarios, así como en torno a los Juegos Mediterráneos Almería 2005. Además en este ámbito se desarrolla un Observatorio sobre la creación de empresas que viene integrado por un Sistema de Indicadores sobre creación de empresas y un estudio sobre el empresariado local.

2. Emprendeteca: centro de información sobre generación de ideas y creación de empresas a disposición de I@s emprendedores/as.

3. **Ágora:** espacio y punto de encuentro en materia de creación de empresas a través de foros, la creación de un portal virtual, el desarrollo de acciones presenciales, ..

4. **Medidas transversales:** de aplicación durante la ejecución de todas y cada una de las actividades del proyecto, como son la igualdad de oportunidades y el plan de difusión y comunicación.

Por otra parte y desde la perspectiva de la transnacionalidad, “Almería Emprende” se encuentra integrado en el Proyecto Transnacional “Europa Emprende” junto dos Agrupaciones de Desarrollo socias: Stimulering Ondernemerschap Twente (Holanda) y The Way to Entrepreneurship (República Checa). En este sentido se desarrolla un Programa de Trabajo Transnacional dentro del cual corresponde a nuestra Agrupación de Desarrollo la realización de un Estudio sobre instrumentos de financiación para la creación de empresas, la creación de un Banco Internacional de Ideas Empresariales así como el diseño y desarrollo de la pagina web de trabajo transnacional.

Desde esta Agrupación de Desarrollo esperamos que esta publicación sea de utilidad para cualquier persona interesada y contribuya al fomento y desarrollo del espíritu emprendedor en Almería.



INDICE

Introducción	... Pag. 6
1. El sector empresarial en el modelo territorial almeriense	... Pag. 10
2. Los recursos existentes y las implicaciones que aportan a los Juegos Mediterráneos	... Pag.18
3. Análisis del sector empresarial. Los Juegos Mediterráneos. Análisis de la oferta y la demanda.	... Pag. 29
4. Política actual en la generación de empresas.	... Pag. 48
5. Potencial de creación de empresas. Obstáculos actuales.	... Pag. 59
6. Medidas de apoyo a la estructuración de la oferta y la Demanda	... Pag. 71
7. Medidas de financiación.	... Pag. 76
8. Sistemas de gestión y participación. Propuestas de modelos en las infraestructuras generadas por los Juegos Mediterráneos.	... Pag. 83
9. Perspectiva de género e igualdad de oportunidades.	... Pag. 86
10. Propuestas de medidas para la superación de los obstáculos.	... Pag. 102
Conclusiones	... Pag. 114
Bibliografía	... Pag.126

INTRODUCCIÓN

Dentro de las actuaciones previstas en el proyecto EQUAL “Almería emprende”, se enmarca un estudio sobre las potencialidades específicas de creación de empresas alrededor de la organización en Almería en el año 2005, de los XV Juegos Mediterráneos, que da origen a la realización del estudio que a continuación presentamos.

El objetivo final del proyecto es favorecer la detección y difusión de oportunidades de generación de empresas en Almería, a la vez que facilitar información a los agentes institucionales que puedan incidir en la promoción de empresas en la ciudad. El estudio que aquí presentamos persigue además:

- Mejorar el conocimiento de las estructuras relacionadas con la creación de empresas existentes en el ámbito geográfico objeto del estudio.
- Conocer el potencial de creación de empresas, a partir de la detección de huecos de mercado no cubiertos en la actualidad, que pueda producir la celebración de los Juegos Mediterráneos, tanto en la capital como en las subsedes y su entorno.
- Identificar los obstáculos presentes que dificultan el desarrollo empresarial en diferentes sectores relacionados con la preparación y celebración de los Juegos.
- Conocer los instrumentos de financiación para la creación de empresas en cada ámbito o sector del objeto de estudio.
- Conocer las políticas de desarrollo económico sostenible adecuadas para la creación de empleo.

- Definir políticas que bajo la perspectiva de igualdad de oportunidades contribuyan a la integración laboral de las mujeres y demás sectores desfavorecidos en los ámbitos objeto del estudio.

Presentamos a continuación un informe que aglutina las posibilidades que los Juegos Mediterráneos ofrecen a la provincia de Almería en el ámbito objeto del estudio, así como la especificidad que los eventos deportivos provocan en el sector deportivo dónde se celebran.

No se trata éste de un estudio sobre el impacto económico de los Juegos Mediterráneos, ni sobre la utilidad social que genera, sino que busca conocer las potencialidades con que cuenta el sistema almeriense en su intervención empresarial. Los cálculos sobre incidencias económicas de espectáculos deportivos han sido bastante criticados por numerosos autores, concluyéndose que “no basta con calcular la incidencia económica de un proyecto sin calcular cuál es la utilidad del mismo para la población” (Otero, 2002). El llevar a cabo un proyecto como el de los Juegos, lo es tanto por su utilidad, como por la magnitud de las repercusiones económicas que genera. “Un cálculo de las repercusiones económicas no puede, por definición, demostrar la rentabilidad de un proyecto, simplemente nos dice que el proyecto en cuestión genera un cierto volumen de actividad económica, de empleo. Eso es todo” (Otero, 2002).

Por tanto, el objetivo que perseguimos con este trabajo es contextualizar el entorno que nos permita prever las posibilidades de creación de empresas que a raíz de la celebración en Almería de los XV Juegos Mediterráneos en el año 2005 se generen.

CONTEXTUALIZACIÓN DE LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS Y DEL ENTORNO ALMERIENSE.

Son numerosas las oportunidades que la celebración de un gran evento deportivo provoca en el lugar y entorno en que se desarrollan. Éstas lo son tanto desde el punto de vista social como económico, y se producen tanto en el periodo anterior a la celebración del evento, durante el desarrollo del mismo, como tras su finalización. El legado de un evento no es sólo el aspecto físico y el sentimiento que provoca entre la población, es también las oportunidades que genera su desarrollo. Son estas oportunidades sobre las que se centra este Estudio, en concreto las que se motivan en torno a la generación de nuevas actividades y empresas a raíz de la celebración de los Juegos Mediterráneos.

El estudio de estas oportunidades lo vamos a realizar tanto en la etapa actual (en la que ya se están generando), como en el periodo de tiempo que comprende la celebración de los Juegos, pero sobre todo en las implicaciones que su celebración tendrán en el futuro más cercano. Y es que tal y como señaló Juan del Águila, Presidente de Cajamar en una entrevista publicada en la Web de los Juegos Mediterráneos en junio de 2001, “lo más importante que nos traerá el 2005 será el 2006. Todos somos conscientes de que los Juegos Mediterráneos suponen una gran oportunidad para el engrandecimiento, progreso y desarrollo de nuestra provincia. Además, serán un magnífico escaparate para mostrar la imagen de una nueva Almería, pujante, dinámica y emprendedora (...). El 2005 no ha de ser sólo ocasión para medir nuestras posibilidades, sino para que cuanto se haga, se proyecte en el futuro” (www. Almeria2005.es, 2001).

Las oportunidades generadas lo serán principalmente para la ciudad de Almería, quien acoge la mayor parte del evento deportivo, pero lo son también para las subsedes (Cuevas del Almanzora, El Ejido, Gádor, Huércal de

Almería, Roquetas de Mar y Vícar) y el conjunto de la provincia. Este estudio se centra en las sedes y subsedes de los Juegos Mediterráneos y aunque trata de ceñirse a este marco, las oportunidades que se generan lo son para el desarrollo de toda la provincia.

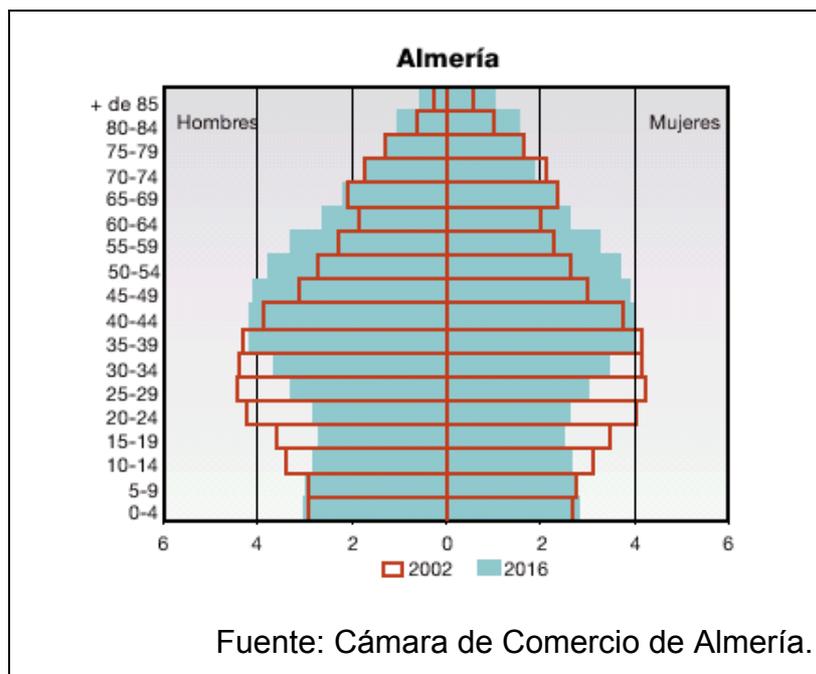
1. EL SECTOR EMPRESARIAL EN EL MODELO TERRITORIAL ALMERIENSE.

DEMOGRAFÍA.

Con una población de 536.731 habitantes, de los que 271.927 son mujeres y 264.804 hombres, según el último censo de 2001, y de 557.134 a mayo de 2003, la provincia almeriense cuenta con 102 municipios. Aunque se trata de una de las provincias más montañosas de España, donde reside el 46% de su población, es conocida fundamentalmente por sus playas.

Como sucede en el resto de España, la población almeriense tiende a envejecer. Ello significa que en los próximos años quienes se encuentren en el mercado laboral serán personas cada vez de mayor edad, y las necesidades de éstas a nivel de servicios, serán muy distintas de lo que lo son ahora.

Proyección de la población almeriense para 2016.



Según los datos del último censo de 2001, la población de la capital almeriense se conformaba por 166.328 habitantes, 80.630 hombres y 85.698 mujeres, si bien dicha población es a mayo de 2003 de 178.840 habitantes. Los municipios más importantes de la provincia, en cuanto a número de habitantes son tras Almería: El Ejido, Roquetas de Mar, Adra, Níjar, Vícar, Huércal Overa, Berja, Albox y Cuevas del Almanzora.

Habitantes de las sedes de los JM Almería 2005.

POBLACIÓN	Nº DE HABITANTES
ALMERÍA	166.328
CUEVAS DEL ALMANZORA	10.517
EL EJIDO	57.877
GÁDOR	2.686
HUÉRCAL DE ALMERÍA	8.278
ROQUETAS DE MAR	50.096
VÍCAR	16.784
TOTAL	312.566

Fuente: Censo de habitantes 2001. INE.

Además, un tercio de la población de Almería vive en la capital y un 55% en las sedes de competición de los Juegos Mediterráneos. En la distribución por edades tanto de la sede principal como de las subsedes, observamos que el mayor porcentaje de población se sitúa entre quienes cuentan con 30 y 44 años, seguidos de quienes tienen entre 15 y 29 años.

La población inmigrante representó en Almería en 2001 casi un 3% del total, siendo la procedente de Marruecos la que mayor peso tiene en la provincia. La población inmigrante crece año a año en la provincia y será un factor importante en la evolución demográfica de la provincia en los próximos años.

A estos datos habría que añadir los correspondientes al grueso de población inmigrante que vive de manera ilegal en España, y a quien se relaciona con la economía sumergida. Un importante sector del que sin embargo no contamos con datos fidedignos.

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS Y DE COMUNICACIÓN.

La provincia de Almería cuenta con 8.774 km², y posee 219 Km. de costa. Es una provincia muy montañosa en la que destacan las Sierras de Gádor, Los Filabres, Alhamilla, Cabrera, Higuera, de María y de las Estancias, además de las estribaciones de Sierra Nevada, que en ocasiones van más allá de los 2.000 metros de altura, como los picos el Morrón (2.242m.), Chullo (2.609m.), Almirez (2.519m.), Calar Alto (2.168m.), Tetica de Bacares (2.080m.) o María (2.045m.).

La provincia cuenta con multitud de ríos y riachuelos que presentan un cauce seco en la mayor parte del año. Los ríos más importantes son el Andarax, que desemboca a las afueras de la capital, el Almanzora que lo hace junto a la localidad de Villaricos y el Río Grande Adra, además de otros como el Río Aguas, el Antas o la Rambla Morales. Almería posee, además, dos grandes pantanos, el de Benínar al oeste y el de Cuevas del Almanzora en el este, dónde se celebrarán las pruebas de remo y piragüismo de los XV Juegos Mediterráneos Almería 2005.

Almería cuenta con tres Parques Naturales: el de Cabo de Gata-Níjar, el de Sierra María-Los Vélez y el de Sierra Nevada (la mayor parte de su extensión

se encuentra en la provincia de Granada). Además existen cuatro Parajes Naturales, el Desierto de Tabernas, los Karts de Yesos de Sorbas, Punta Entinas-Sabinar y Sierra Alhamilla y dos Reservas Naturales, la Albufera de Adra y Punta Entinas-Sabinar.

En lo que respecta a las comunicaciones, por su ubicación en un extremo de la península ibérica, no es considerada como un lugar de paso, si bien su apertura al mar y el desarrollo de su aeropuerto contribuyen a convertirla en una provincia accesible desde dentro y fuera de España.

- Por carretera se encuentra comunicada con Granada por la Autovía 92, que la une con las provincias andaluzas. Con Murcia lo hace por la Autovía del Mediterráneo, que circunvala la ciudad y continúa hacia la provincia de Granada y Málaga, de manera paralela a la costa.
- Por vía férrea conecta a la provincia con Granada, Sevilla, Madrid y Barcelona, contando con una nueva estación intermodal y encontrándose en desarrollo en la actualidad el plan espacial de soterramiento del ferrocarril en Almería.
- Por vía marítima, cuenta con diversos puertos pesqueros como Adra, Roquetas, Carboneras o Garrucha, éstos últimos también con importante movimiento industrial. El puerto principal es el de la capital almeriense que, aunque con un importante movimiento pesquero e industrial, en los últimos tiempos ha cobrado también relevancia turística. En el transporte de viajeros, mantiene comunicación diaria con puntos del Norte de África como Nador (en Marruecos) y Melilla.
- No obstante, la llegada del turismo a Almería se realiza a través del transporte aéreo. Almería cuenta con un moderno aeropuerto y vuelos regulares con Madrid, Barcelona y Melilla, si bien la gran parte del

turismo llega a través de vuelos charter. Ello puede observarse en la siguiente tabla en la que se ve que los vuelos charter representan el 63% en el transporte de pasajeros de fuera de España.

	REG.	CHARTER	OTROS	TRANS.	TOTAL
España	1.072.778	105.649	956	32.852	1.212.235
Otros países	773.044	1.432.251	416	70.890	2.276.601
Total	1.845.822	1.537.90	1.372	103.742	3.488.836

Tal y como observamos en la tabla, la caída en el número de viajero@s que el aeropuerto viene registrando en los últimos años es un dato sobre el que se ha de reflexionar. Ello puede tener consecuencias directas en el periodo de celebración de los Juegos.

Evolución del tráfico de pasajero@s del aeropuerto de Almería

Año	Pasajero@s	Año	Pasajero@s
1993	526.921	1998	766.390
1994	640.113	1999	846.585
1995	710.061	2000	914.312
1996	750.628	2001	892.308
1997	754.642	2002	846.467

Fuente: www2.aena.es

Estos datos son relevantes para entender la posición de Almería en sus relaciones empresariales, dado que en el comercio exterior, la importancia de los puertos, vía férrea y las carreteras es clave para la expansión del sector, así como lo es el transporte aéreo en el turismo.

LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL ALMERIENSE.

El total de licencias empresariales registradas en Almería en 2002 fue de 43.646, de las que el 73% se encuentran en la provincia y el 27% en la capital. Han sido un total de 2.177 licencias más que en 2001, siendo el sector del comercio, restaurante y hospedaje el que cuenta con un mayor número de empresas.

Distribución empresarial en la provincia de Almería 2002 según IAE

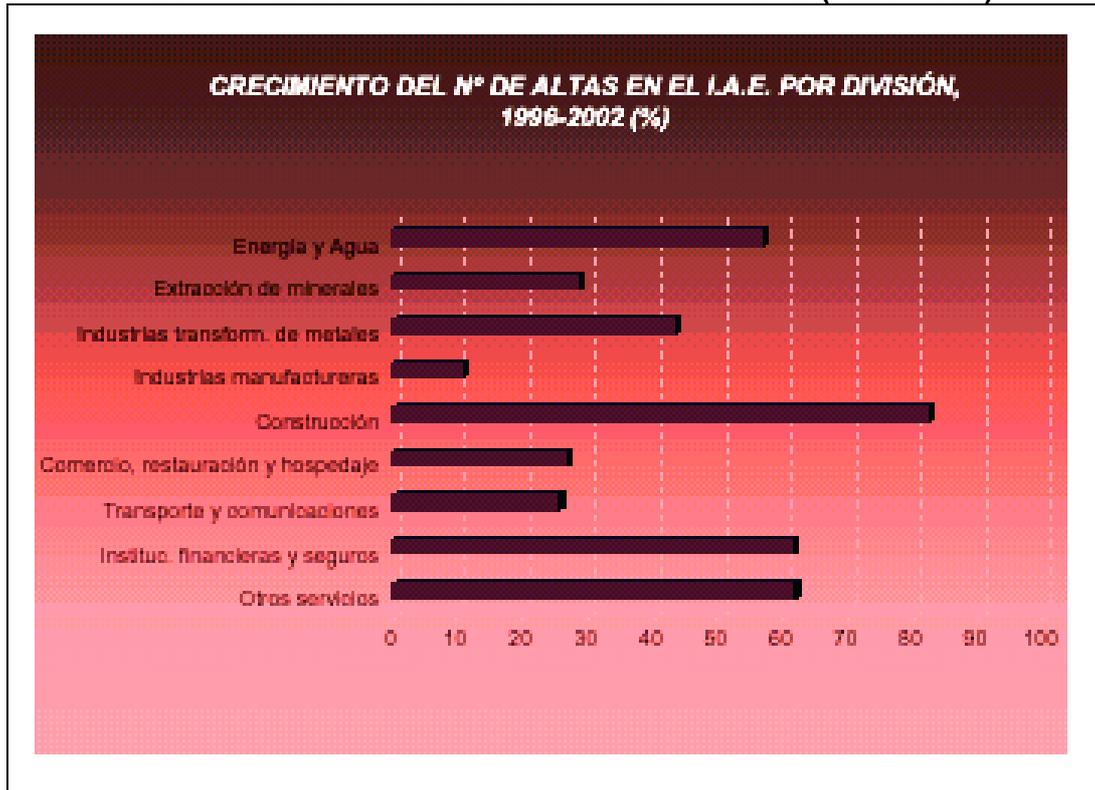
División	Descripción	Capital	Provincia	Total	Dif.IAE'01
1	ENERGIA Y AGUA	8	72	80	-1
2	EXTRAC. Y TRANSF. MINER. NO ENERG.	43	842	885	28
3	INDUSTRIAS DE TRANSF. METALES	123	547	670	21
4	INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	299	1.057	1.356	16
5	CONSTRUCCIÓN	1.399	4.546	5.963	562
6	COMERCIO, REST. Y HOSPEDAJE	5.916	15.659	21.575	623
7	TRANSPORTE Y COMUNICACIONES	966	3.183	4.149	179
8	INSTITUCIONES FINANC. Y SEGUROS	1.605	3.056	4.661	532
9	OTROS SERVICIOS	1.317	2.589	3.906	288
0	PROF. COMERCIANTES	191	210	401	-66
TOTAL		11.867	31.779	43.646	2.177

Fuente: Cámara de Comercio de Almería

Si observamos el crecimiento de altas en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE) desde 1996 hasta 2000, se observa que es la construcción quien mayor incremento ha tenido. Junto a ella los servicios y las instituciones

financieras son los sectores que han experimentado un mayor crecimiento, aunque es el comercio, restaurante y hospedaje el sector que cuenta con un mayor número de empresas en la provincia en 2001, al igual que hemos visto en la tabla anterior en datos de 2002 con respecto a 2001.

Crecimiento del nº de altas en IAE en Almería (1996-2000).



Fuente: Cámara de Comercio de Almería.

Si analizamos los datos según la información que presta el sistema de Información Multiterritorial de Andalucía, en relación con el directorio de establecimientos con actividad económica y según la clasificación nacional de actividades económicas (CNAE-93), vemos que la mayor actividad económica se registra en todas las localidades en que se disputan los Juegos en la sección G, es decir las que corresponde al comercio, reparación de vehículos a motor, motocicletas y ciclomotores y artículos personales y de uso doméstico.

Establecimientos por actividad económica en sedes y subsedes. 2002

Sección	C	D	E	F	G	H	I	J	K	M	N	O	P	Total
Almería	10	47	14	1.038	3.863	947	510	314	1.223	217	190	607	0	9.404
Cuevas del Almanzora	3	51	3	102	248	72	53	14	61	5	5	34	0	651
El Ejido	9	187	3	355	1.684	461	389	79	306	45	53	211	0	3.789
Gádor	0	14	0	11	59	8	14	5	6	1	4	11	0	133
Huércal Almería	1	169	1	97	360	59	50	10	55	6	7	23	0	838
Roquetas de Mar	6	116	3	343	1.217	555	129	62	382	31	60	210	0	3.114
Vícar	2	81	0	105	342	81	81	20	57	5	9	39	0	822
Total Almería	185	2.617	75	3.925	12.694	3.892	2.246	806	3.051	411	437	1.800	0	

Fuente: Cámara de Almería. Servicio de Estudios

LEYENDA.-

Sección C	Industrias extractivas
Sección D	Industria manufacturera
Sección E	Producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua
Sección F	Construcción
Sección G	Comercio; reparación de vehículos a motor, motocicletas y ciclomotores y artículos personales y de uso doméstico
Sección H	Hostelería
Sección I	Transporte, almacenamiento y comunicaciones
Sección J	Intermediación financiera
Sección K	Actividades inmobiliarias y de alquiler; servicios empresariales
Sección M	Educación
Sección N	Actividades sanitarias y veterinarias, servicios sociales
Sección O	Otras actividades sociales y de servicios prestados a la comunidad; servicios personales
Sección P	Hogares que emplean personal doméstico

Si analizamos cada una de las sedes dónde se celebran los Juegos Mediterráneos, observamos que, tras la sección G, en cada localidad destaca un sector económico. Así en Almería el segundo sector que adquiere más importancia es el de las actividades inmobiliarias y de alquiler, en Cuevas del Almanzora y Vícar el de la construcción, en El Ejido y Roquetas de Mar el de la Hostelería y en Gádor y Huércal de Almería el de la industria manufacturera.

2. LOS RECURSOS EXISTENTES EN ALMERÍA Y LAS IMPLICACIONES QUE APORTAN A LOS MISMOS LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS.

SITUACIÓN ECONÓMICA DE ALMERÍA.

Antes de introducirnos a fondo en la situación económica de Almería conviene notar de una manera genérica como se encuentra el contexto económico mundial, nacional y autonómico.

La economía mundial ha estado condicionada en los primeros meses del 2003 por las consecuencias que ha tenido el conflicto bélico de Irak, que en conjunto ha desacelerado los ritmos de crecimiento. Así, en los países industrializados, el Valor Añadido Bruto ha aumentado un 2% frente al 2,5% que lo hizo a finales del año anterior.

Con este contexto internacional, la economía nacional ha seguido un comportamiento positivo, dado que en el primer trimestre de 2003, ha mantenido un crecimiento similar al del año pasado. El crecimiento experimentado puede resumirse concretando cómo ha sido el desarrollo de la oferta y la demanda. “Desde la perspectiva de la oferta, es el resultado del perfil de aceleración mostrado por la industria, mientras que la construcción ha proseguido su ralentización, se han acelerado ligeramente los servicios y el primario ha registrado un nuevo decrecimiento (...). Desde el punto de vista de la demanda, por la aceleración de sus componentes internos y la aportación más negativa de la demanda externa” (Coyuntura Económica de Andalucía, 2003).

La economía andaluza ha crecido en este primer trimestre de 2003 un 2,5% interanual, crecimiento superior a la media en España que fue de un 2% y la zona euro, que creció en un 0,8%.

Con este contexto podemos concluir, que a pesar de la desaceleración económica, la tendencia del crecimiento económico sigue siendo positiva, algo que sucede también en Almería. Así, si comparamos la evolución del VAB por sectores de actividad en las provincias andaluzas en el período 2000-2001, vemos que Almería se encuentra en la media andaluza, siendo la provincia que más crece en la agricultura, ganadería y pesca, aunque es una de las que menos lo hace en el sector servicios.

**Variación 01/02 VAB a precios básicos por ramas de actividad
(precios corrientes)**

	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla
Agricultura, ganadería y pesca	11%	17%	8%	5%	5%	11%	26%	5%	7%
Industria	4%	0%	4%	4%	5%	0%	5%	7%	5%
Construcción	12%	13%	17%	10%	0%	14%	1%	15%	13%
Servicios	8%	6%	7%	5%	10%	8%	7%	9%	8%

Fuente: Contabilidad regional de España. Base 1995

Como ya hemos comentado en apartados anteriores, la economía actual almeriense se basa en tres puntales de desarrollo: 1. La agricultura intensiva y sus industrias y servicios, 2. El turismo y 3. La extracción y transformación del mármol. En este apartado nos vamos a centrar principalmente en el turismo como uno de los puntales de la economía, así como en la situación de las infraestructuras en que se desarrollarán los Juegos.

SITUACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS DE LAS SEDES Y SUBSEDES DE LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS.

La disputa de los Juegos Mediterráneos en Almería ha exigido la realización de numerosas infraestructuras deportivas para acoger su programa deportivo. La mayor parte de estas instalaciones son de carácter público, con la titularidad de

los Ayuntamientos participantes, de la Diputación Provincial de Almería o de la Junta de Andalucía. Pero Almería también ha aprovechado instalaciones deportivas de clubes y asociaciones, como del Club Hípico de Almería, Club de Mar Almería y Club de Tenis Almería, para complementar la red de instalaciones deportivas donde llevar a acabo los Juegos.

Gran parte de estas instalaciones se encuentran todavía en construcción, por lo que su utilización comenzará en muchas de ellas comenzando con el inicio de los Juegos Mediterráneos o en el año de su celebración. Del conjunto de Instalaciones donde se disputarán los Juegos, las que se encuentran pendientes de terminación son las que detallamos a continuación:

Estado de las instalaciones de entrenamiento¹.

			Instalaciones	Estado
Atletismo		M/F	Pista Auxiliar del Estadio Mediterráneo	En construcción
Baloncesto		M	Pabellón de la Universidad	Construido
		F	Pabellón de Santa M ^a del Águila	Construido
Balonmano		M	Pabellón de La Cañada	Construido
		F	Pabellón Campamento Militar Pabellón de Nijar	Remodelación En construcción
Boxeo		M	Centro Principal de Entrenamientos	Sin construir
Ciclismo	Ruta	M	Circuito Villa Mediterránea	Sin definir
		M	Circuito Villa Mediterránea	
Discapacitados	Atletismo	M/F	Pista Auxiliar del Estadio Mediterráneo	En construcción
	Natación	M/F	Piscina Cubierta “Las Almadrabillas”	
Esgrima		M/F	Centro Principal de Entrenamientos	Sin construir
Fútbol		M	Campo de fútbol Huercal de Almería	En construcción
			Campo auxiliar de Santo Domingo	Construido
			Campos de Fútbol Zona Norte	Sin construir
Gimnasia	Artística	M/F	Sala Auxiliar del Palacio Mediterráneo	En construcción
	Rítmica	F	Centro Principal de Entrenamientos	Sin construir
Golf		M/F	Instalación de Competición	Sin construir
Halterofilia		M/F	Instalación de competición	Sin construir
Hípica	Raid	Mixto	Instalación de Competición	Sin definir
	Salto obstáculos	Mixto	Instalación de Competición	En construcción
Judo		M/F	Frontón Andarax	Construido
Karate		M/F	Instalación de Competición	Construido
Lucha	Libre	M/F	Centro Principal de Entrenamientos	Sin construir
	Grecoromana	M		
Natación	Natación	M/F	Piscina Cubierta “Las Almadrabillas”	En construcción
	Waterpolo	M	Piscina Campamento Piscina CTD Diputación de Almería	Construido Sin construir
Petanca	Petanca	M/F	Pistas de la Villa Mediterránea	Sin definir
	Bochas			
Piragüismo	Aguas tranquilas	M/F	Instalación de Competición	Sin construir
Remo		M/F	Instalación de Competición	Sin construir
Tenis		M/F	Instalación de Competición	Construido
Tenis de mesa		M/F	Centro Principal de Entrenamientos	Sin construir
Tiro		M/F	Instalación de Competición	Sin construir
Tiro con arco		M/F	Instalación de Competición	Construido
Vela		M/F	Instalación de Competición	Construido
Voleibol	Playa	M/F	Instalación de Competición	Sin construir
	Sala	M	Pabellón José Antonio Segura	Construido
		F	Pabellón de La Salle Chocillas Pabellón de Gador	Construido Construido

¹ NOTA: Aunque no se encuentra todavía cerrado, este es el programa de instalaciones deportivas de competición que se está barajando, por lo que es susceptible de cambio.

En los Centros Principales de entrenamientos previstos, se dotará a las instalaciones de los recursos y espacios necesarios para que puedan acoger indistintamente los deportes que en ellos se ubicarían, como son el boxeo, la esgrima, la gimnasia rítmica, la halterofilia, la lucha y el tenis de mesa. De este modo, en el caso de tener necesidad de más superficie para atender a estos deportes, se podrá contar indistintamente con cualquiera de ellos. Los Centros de Entrenamiento previstos son:

- Centro Principal de Entrenamientos 1: C.D. de la Universidad de Almería.
- Centro Principal de Entrenamientos 2: C. de Exposiciones de Aguadulce.

Junto a estas instalaciones se han previsto instalaciones de reserva ante posibles contingencias, con el criterio de considerar asequibles distancias inferiores a una hora desde la Villa Mediterránea. En este sentido, podría contarse con las siguientes instalaciones:

- Construidas:
 - Pabellón de Deportes de La Mojonera
 - Pista Cubierta de La Gloria
 - Pabellón de Deportes de Balerna
- En construcción:
 - Pabellón de Deportes de Carboneras
- En proyecto:
 - Pabellón de Deportes de El Parador
 - Pabellón de Deportes de Cortijos de Marín

POTENCIAL DE DESARROLLO DE LAS INFRAESTRUCTURAS DE LAS SEDES.

El potencial de desarrollo de las instalaciones vendrá marcado por el impulso que las entidades encargadas de su gestión den a las mismas y del buen aprovechamiento que de las distintas instalaciones se realice. Sin embargo, la construcción y remodelación de las instalaciones deportivas constituyen en si mismo un potencial que está siendo percibido por l@s almerienses.

En la encuesta realizada a la población almeriense para llevar a cabo el estudio sobre “la imagen social de los Juegos Mediterráneos y hábitos deportivos de los almerienses” realizado por la Universidad de Almería (UAL) y el COJMA en el año 2002, las instalaciones que se señalan que van a tener mayor utilización de manera posterior a la celebración de los Juegos son el Complejo de piscinas, seguida del Estadio Mediterráneo, algo que es señalado tanto por l@s ciudadan@s almerienses como por los de las subseces y los que viven en el resto de la provincia.

“Por otro lado, existe una excelente opinión con respecto a la utilización posterior de las instalaciones de la “Vega de Acá” (Estadio y Palacio). Sin embargo, parece todavía prematura la visión futura de el Toyo, como zona de residencia y ocio activo. En definitiva, la población es bastante optimista con respecto a la utilización posterior de las instalaciones deportivas” (UAL-COJMA, 2003).

L@s encuestad@s en este estudio, también han opinado sobre el impacto territorial que tendrán los Juegos, manifestando que tendrán un mayor impacto local que regional y un mayor impacto andaluz que nacional o internacional. De este modo están manifestando el interés de contar con unas instalaciones para la población y unos Juegos que redunden en beneficio de los municipios.

Así mismo, el 40,4% de l@s almerienses manifiestan interés por consumir espectáculos deportivos de manera esporádica, sólo en grandes acontecimientos deportivos, considerando adecuado pagar por ver deporte espectáculo en vivo y en directo en un 63,1%.

De este modo, el potencial que generan estas instalaciones podría resumirse en tres beneficios principales, que serán así mismo la base de las propuestas o posibilidades de creación de algunas empresas:

1. La oferta de unas instalaciones de calidad para la práctica deportiva de los ciudadanos.
2. La oferta de unas nuevas instalaciones que abren la posibilidad de organizar nuevos eventos deportivos.
3. La oferta de unas instalaciones que ofrecen posibilidad de introducir modelos de gestión novedosos en la provincia, que fomenten la actitud emprendedora de l@s almerienses.

EL TURISMO COMO SECTOR ECONÓMICO EN ALMERÍA.

El turismo representa un sector fundamental en la economía almeriense. Los Juegos Mediterráneos constituyen un escaparate para este sector, que hay que analizar y potenciar. “Cuando un/una turista paga por un bien o servicio está generando un valor añadido no sólo en la empresa donde realiza el gasto sino que, indirectamente también se benefician de este gasto l@s proveedor@s de la empresa los cuáles han de aumentar su producción en la cuantía necesaria para satisfacer la demanda generada por el/la turista” (Otero, 2003).

El turismo es la primera industria a nivel mundial según la OMT. En España, y con valores similares en Andalucía, cuenta con una contribución al PIB cercana al 11%. Los sectores en que se notará un incremento del gasto con la

celebración de los Juegos Mediterráneos serán sobre todo los gastos de l@s turistas y acompañantes en: alojamiento, compras, visitas organizadas, comidas, transporte público, alquiler de coches, ocio, adquisición de entradas, compra de productos de merchandising de los Juegos y otros.

Almería ya es consciente de la importancia que los Juegos Mediterráneos juegan en este sector, puesto que el Ayuntamiento de Almería ha promovido un plan de dinamización turística, conjuntamente con la Administración del Estado, con el que se busca “hacer de nuestra ciudad un producto turístico, para contribuir a la generación de empleo y riqueza, así como reforzar los valores culturales y espacios de atracción turística, de ocio y tiempo libre, de cultura y de deporte” (Miguel Cazorla, 2003²). El horizonte temporal para este Plan de dinamización se ha establecido en tres años, haciendo coincidir su fin con los Juegos Mediterráneos.

En este sentido pensamos que el Plan debería ampliarse más allá, dado que algunas experiencias en Juegos Olímpicos, principalmente en Sydney, han sido muy positivas para el relanzamiento de la zona. Así Australia ha sabido aprovechar muy bien el tirón que los Juegos Olímpicos produjeron, planificando una oferta turística antes y después de los Juegos donde intervinieron tanto el sector público como el sector privado, promoviendo el turismo de visita y el turismo de negocios. Para ello hubo una campaña de marketing dirigida al periodo postolímpico, y se diseñaron paquetes pre- y post- Juegos Olímpicos.

Almería ha evolucionado en la oferta turística durante los últimos años. Ha aumentado el número de establecimientos hoteleros y las plazas de los mismos, pasando de 333 establecimientos en 2001 a 363 en 2002 y de 46.082 plazas en 2001 a 50.705 en 2002. Este es un dato que también se dio durante la celebración de los JJOO de Barcelona en 1992, viéndose la importancia que

² Entrevista realizada a Miguel Cazorla, publicada en el Ideal Digital de 8 de septiembre de 2003.

éste aumento ha tenido para la ciudad y que en el caso de Almería será importante analizar coincidiendo con la finalización de los Juegos.

Oferta de plazas hoteleras en Barcelona y Almería

Almería	2000	2001	2002	2003	2004	2005
(JJMM Almería'05)	42.337	46.082	50.705	-	-	-

Barcelona	1990	1991	1992
(JJOO Barcelona'92)	18.569	19.749	25.641

Fuente: Anuarios de estadística y Almería en cifras 2001 y 2002

El turismo rural se ha convertido en una alternativa al turismo de sol y playa, aunque éste sigue siendo el valor fundamental de la provincia. La Comarca de los Vélez es donde más intensamente se ha producido un aumento del desarrollo del turismo de interior, aunque otras zonas tratan ahora de relanzar sus áreas deprimidas a través de la fórmula del turismo rural.

El turismo almeriense se ha venido desarrollando en torno a los resorts de Roquetas de Mar y Almerimar si bien se está produciendo una traslación hacia la zona de Levante (municipios de Vera, Garrucha y Mojácar), donde hay mayor disponibilidad de suelo y menor agresión urbana.

Esta oferta debe complementarse de una manera ordenada y ya son numerosos los llamamientos realizados para que Almería pueda sacarle rentabilidad a largo plazo. Algunas de estas condiciones, tal y como se describen en el Informe económico de la provincia de Almería de 1998 son:

- Un desarrollo ordenado de la oferta de carácter inmobiliario.
- El mantenimiento de los espacios naturales como parte y estandarte del producto turístico almeriense.

- La disponibilidad de infraestructuras de comunicaciones que acerquen la oferta de ocio a los mercados potenciales. En este sentido la opción de una línea férrea (Euromed) que atravesase el Levante de la provincia tiene mucha importancia.
- Una oferta de ocio complementaria a la del mero alojamiento.

Guardando las distancias, “la experiencia de ciudades que han acogido los Juegos Olímpicos ha demostrado que, bien planificados y gestionados, éstos pueden generar un crecimiento significativo durante un largo periodo de tiempo, crecimiento derivado principalmente del aumento de la demanda turística internacional, que dura mucho más que los propios Juegos” (Otero, 2002). El ejemplo de los JJOO de Barcelona es un ejemplo de lo que en el futuro puede ser Almería, según los datos que mostramos en la tabla.

Pernoctaciones, nº hoteles y camas en Barcelona.

Pernoctaciones		Nº hoteles			Nº camas		
1990	1997	1990	1992	1997	1990	1992	1997
3,8 millones	7 millones	118	148	165	18.569	25.055	28.770

Fuente: elaboración propia a partir de Otero, 2000

En Almería, dada la importancia de su zona costera y el tipo de alojamiento que oferta, el hotel, el apartamento y el alojamiento en casa de amigos pueden ser quienes tengan un mayor número de visitantes.

De la importancia del sector turístico ya se puede sacar una valoración teniendo en cuenta la percepción que tienen l@s ciudadan@s sobre algunos sectores. Así, en la encuesta que se realizó a l@s almerienses para la elaboración del estudio del grupo de investigación UAL-COJMA sobre la imagen social de los JJMM y hábitos deportivos de la sociedad almeriense, l@s

ciudadan@s señalaron que donde Almería se encuentra más preparada es en el sector de la hostelería, tanto en restaurantes como en alojamientos.

3. ANÁLISIS DEL SECTOR EMPRESARIAL ALMERIENSE. LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS. LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL SISTEMA.

LOS XV JUEGOS MEDITERRÁNEOS ALMERÍA 2005.

Del 24 de junio al 3 de julio de 2005, veintiún países procedentes del continente europeo, africano y asiático, disputarán en Almería la XV edición de los Juegos Mediterráneos. España es la segunda vez que acoge este evento, puesto que en 1955 Barcelona fue sede de la segunda edición.

Tabla 1. Países participantes en los Juegos Mediterráneos Almería 2005

EUROPA	<ul style="list-style-type: none">- Albania- Bosnia-Herzegovina- Chipre- Croacia- Eslovenia- España- Francia	<ul style="list-style-type: none">- Grecia- Italia- Malta- Mónaco- San Marino- Serbia y Montenegro
ÁFRICA	<ul style="list-style-type: none">- Argelia- Egipto- Libia- Marruecos- Túnez	
ASIA	<ul style="list-style-type: none">- Líbano- Siria- Turquía	

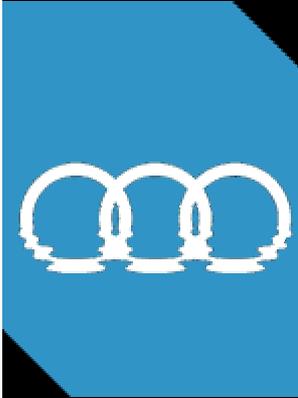
Fuente: www.almeria2005.es

Como ya hemos comentado, este evento deportivo, al igual que ha sucedido con otros acontecimientos deportivos y culturales, supone la transformación de la ciudad en que se desarrollan, no sólo durante el tiempo en que se disputan los Juegos, sino también antes y tras ellos. Estas transformaciones son uno de los motivos decisivos para que un territorio se decida a solicitar ser sede de este tipo de eventos. Su elección supuso un “esperanzador arco de paso hacia

el futuro de nuestra provincia (...) permitirá disponer de un magnífico escaparate durante los días de celebración, al tiempo que podrá significar el empujón definitivo para la finalización de los proyectos de infraestructuras tanto tiempo anhelados por los habitantes de este territorio” (Cámara de Comercio de Almería, 1999).

Aunque la idea arranca durante la celebración de los Juegos Olímpicos de Londres en 1948, la primera vez en que se disputan fue en 1951 en Alejandría, a iniciativa del egipcio Mohamed Taher Pacha, doctor en Ciencias Políticas, con la filosofía de que el mar Mediterráneo actuase como nexo común y no como separación de los países y continentes.

El símbolo de los Juegos Mediterráneos son tres aros que simbolizan a los tres continentes unidos por esta competición: Asia, África y Europa. La parte



inferior de los aros aparece ondulada, efecto producido por el baño de las aguas del Mar Mediterráneo. Este símbolo figura en la Bandera Mediterránea, de color azul mar y con los aros en blanco. La Bandera se traspasa, en la ceremonia de clausura de cada edición, al siguiente país que organizará los Juegos.

El Mar Mediterráneo, elemento común, no actúa como separación de los países y continentes, sino como nexo de unión. Por eso el agua es símbolo de los Juegos.

Los Juegos Mediterráneos se celebran cada cuatro años y en ellos participan los países de los tres continentes de la ribera del Mediterráneo. Coordinados por el Comité Internacional de los Juegos Mediterráneos con sede en Atenas, se rigen en función de la Carta Mediterránea.

A continuación mostramos una tabla dónde se recogen las distintas ciudades y países que han sido sedes de los Juegos Mediterráneos desde su primera edición.

Países y ciudades sedes de los Juegos Mediterráneos

PAIS	CIUDAD	EDICIÓN	PAIS	CIUDAD	EDICIÓN
Egipto	Alejandro	1951	Marruecos	Casablanca	1983
España	Barcelona	1955	Siria	Latakia	1987
Líbano	Beirut	1959	Grecia	Atenas	1991
Italia	Nápoles	1963	Francia	Languedoc	1993
Túnez	Túnez	1967	Italia	Bari	1997
Turquía	Izmir	1971	Túnez	Túnez	2001
Argelia	Argel	1975	España	Almería	2005
Yugoslavia	Split	1979			

Fuente: www.almeria2005.es

Deportes e Infraestructuras deportivas de los Juegos Mediterráneos.

Con un total de veinticinco deportes, los Juegos Mediterráneos del 2005, se disputarán en la ciudad de Almería como sede central, donde se ubicará la Villa Mediterránea que servirá de alojamiento a los atletas que participen, y en otras seis subsedes deportivas y dos culturales. En todas ellas, la transformación propia de este tipo de eventos se dejará sentir en mayor medida que en el resto de la provincia, aunque es principalmente la ciudad de Almería la que sufrirá una transformación más importante, ciudad que ya ha vivido un importante desarrollo urbanístico y económico en estos últimos años.

Sedes de los Juegos Mediterráneos Almería 2005 y deportes que acogen

SEDES y SUBSEDES	DEPORTES
Almería (sede central)	Atletismo, Boxeo, Gimnasia artística, Gimnasia rítmica, Golf, Halterofilia, Hípica, Judo, Karate, Natación, Petanca, Tiro con arco, Vela, Voleibol, Voley-playa, Waterpolo, Fútbol y Deportes para discapacitados (Atletismo y Natación)
El Ejido	Fútbol y Baloncesto
Vícar	Balonmano y Fútbol
Roquetas de Mar	Balonmano, Tenis de mesa, Esgrima y Fútbol
Huércal de Almería	Lucha y Tenis
Gádor	Tiro
Cuevas de Almanzora	Remo y Piragüismo
Adra y Vera	Subsedes culturales

Fuente: www.almeria2005.es

EVOLUCIÓN DEL SISTEMA EMPRESARIAL ALMERIENSE.

Las empresas son el elemento central del desarrollo económico de una región, puesto que “a partir de la evolución demográfica de las unidades empresariales se puede adquirir una visión de conjunto del comportamiento empresarial, así como del nivel de empresariedad” (IAEEA, 2003).

Con los tres pilares ya mencionados el sistema agroindustrial, el turismo y la extracción y transformación del mármol, como motores almerienses, los Juegos Mediterráneos son en si mismos una oportunidad el desarrollo de estos pilares. Según datos del INE a través del DIRCE, en Andalucía la evolución demográfica de empresas registra una tasa positiva del 3,5 por ciento, pasando de 329.596 en 1995 a 398.302 a finales del año 2002, y siendo cinco décimas superior a la media nacional.

La provincia de Almería es, tras Málaga y Granada, una de las provincias que más han crecido en el periodo 1995-2002 en lo que respecta a su densidad empresarial. En Almería se crearon en 2002 un 7,8% más de empresas que en 2001, que por forma jurídica fueron mayoritariamente autónomos y sociedades limitadas. Las comarcas de Campo de Níjar y bajo Andarax (comarca en la que se integra Huércal de Almería, Gádor y Almería) y Campo de Dalías (El Ejido, Roquetas de Mar y Vícar), fueron las que mayor número de entradas empresariales registraron, siendo Río Nacimiento la de menor registro. Por tanto, vemos que las comarcas de las poblaciones en que se desarrollan los Juegos son las que han registrado un mayor crecimiento empresarial.

En lo relativo a los sectores de actividad, es el comercio y el resto de sector servicios, quienes cuentan con una demografía más importante, siendo la industria y la construcción quienes representan un número menor de empresas, si bien el sector de la construcción es quien cuenta con la mayor tasa de variación con respecto al año anterior.

Demografía empresarial en Almería según sectores de actividad

Sectores/Periodo	2001	2002	Tasa variación
Industria	30.860	31.569	2,30
Construcción	34.174	37.247	8,99
Comercio	134.492	136.251	1,31
Resto servicios	184.560	193.235	4,70
Total	384.086	398.302	3,70

Fuente: Directorio Central de Empresa 2001 y 2002, INE

En Almería los servicios y la construcción fueron los sectores empresariales más dinámicos, aunque la industria descendió en el número de altas.

En cuanto a la dimensión de las empresas, Andalucía es una comunidad de empresas pequeñas, ya que cuenta fundamentalmente con empresas de 1 a 9 asalariados, siendo el régimen de autónomos o empresas sin asalariados quienes mayor porcentaje representan, si bien las empresas que más crecieron con respecto al 2001, fueron las empresas más grandes.

Dimensión empresarial según número de trabajador@s

	Andalucía			Almería
	2001	2002	Tasa variación	2002
Sin asalarid@s	210.253	213.878	1,72	2.848
De 1 a 9 asalarid@s	153.968	163.211	6,00	27.137
De 10 a 99 asalarid@s	18.891	20.164	6,74	2.071
De 100 a 499 asalarid@s	911	976	7,14	91
Más de 500 asalarid@s	63	73	15,87	1

Fuente: Directorio Central de Empresa 2001 y 2002, INE.

En Almería el mayor porcentaje de empresas se situó en 2002 en aquellas que cuentan entre 1 y 9 trabajador@s, siendo dentro de éstas, las que emplean entre 1 y 2 trabajador@s, las que mayor número representan con 21.211. De

este modo vemos que el perfil de la empresa almeriense es el de una empresa pequeña, por lo que podría pensarse en relanzar actividades que puedan suponer empresas de mayor tamaño que empleen a un mayor número de trabajadores. Los Juegos Mediterráneos, provocarán sin duda un aumento del tamaño de las empresas, dado que deberán emplearse recursos para su desarrollo que en muchos casos se buscarán fuera, dadas las posibilidades del entorno empresarial almeriense, pero que también generarán mayor actividad coincidiendo con la celebración de los Juegos. Lo importante será establecer políticas de apoyo a la consolidación de empleo de estas empresas de un tamaño pequeño que pueden convertirse en empresas de tamaño medio con los Juegos.

En cuanto a la forma jurídica, y en consonancia con el tamaño de las empresas, son las personas físicas las que representan un mayor porcentaje, tanto en Andalucía como en Almería, siendo para el caso de la provincia de Almería un 65% en el caso de las personas físicas y un 35% en las formas societarias.

Dimensión empresarial según número de trabajador@s

	Total empresas	Personas físicas	%	Formas societarias	%
Almería	32.099	20.750	64,65	11.349	35,35
Andalucía	398.302	261.233	65,59	137.069	34,41

Fuente: Directorio Central de Empresa 2002, INE

Empresas según condición jurídica por provincia. Año 2002

	Andalucía	Almería	Cádiz	Córdoba	Granada	Huelva	Jaén	Málaga	Sevilla	España
Sociedades anónimas	10.894	875	1.302	1.041	1.036	596	509	2.664	2.871	126.529
Sociedades de responsabilidad limitada	98.151	8.430	11.842	9.877	10.548	5.516	5.475	23.072	23.391	716.542
Sociedades colectivas	40	6	4	1	4	2	4	9	10	471
Sociedades comanditarias	10	-	-	1	-	-	-	8	1	117
Comunidades de bienes	9.013	861	1.303	1.688	2.163	534	1.638	433	393	76.631
Sociedades cooperativas	5.344	526	556	597	523	403	695	668	1.376	24.867
Asociación y otros tipos	12.937	616	1.085	839	540	464	290	4.004	5.099	97.501
Organismos autónomos y otros tipos	680	35	95	82	93	32	65	106	172	5.559
Personas físicas	261.233	20.750	36.133	26.355	33.214	14.162	22.900	51.665	56.054	1.662.183
Total	398.302	32.099	52.320	40.481	48.121	21.709	31.576	82.629	89.367	2.710.400

FUENTE: INE. Directorio Central de Empresas

Sin embargo, la intensidad de crecimiento desde 1995 de las formas societarias en Andalucía, ha sido mayor que el de las personas físicas, ya que las empresas societarias representan algo más de un tercio del total en 1995, siendo menos de la cuarta parte en 2002.

Por tanto, ya estamos vislumbrando el tejido empresarial global que en Almería se está consolidando. Empresari@s autónomos, densidad alta de empresas (por encima de la media andaluza), que fundamentalmente crecen en el sector servicios y en menor medida en la construcción, y de tamaño pequeño, al contar mayoritariamente con menos de nueve emplead@s. Las políticas de creación de empresas y de apoyo a microempresas tienen mucho que ver en este crecimiento, como veremos más adelante. Si continúa esta tendencia que se está vislumbrando, éste es el perfil de empresa almeriense con el que contarán los Juegos Mediterráneos del 2005, y su transformación o su carácter serán así mismo, el legado empresarial de los Juegos.

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

Definir la estructura empresarial y productiva de la provincia almeriense, es aspecto clave a la hora de ver las potencialidades que generan los Juegos Mediterráneos. La Contabilidad Regional Almeriense, según datos de estimación del INE, muestra que el VAB (Valor Añadido Bruto) de 2001 en la provincia de Almería, fue de 6.477.739 €, representando un 7,57% de crecimiento nominal con respecto al año 2000, siendo la variación en el conjunto de Andalucía del 7,48%.

Ramas de actividad	Almería				Andalucía			
	1995	%	2001	%	1995	%	2001	%
1 Agricultura	595.930	14,51	856.917	13,23	4.634.681	8,57	5.839.656	7,31
2 Industria	330.288	8,04	428.120	6,61	8.213.847	15,18	10.596.107	13,26
3 Construcción	321.198	7,82	674.303	10,41	4.860.513	8,98	8.217.714	10,28
4 Actividades de los servicios	2.858.975	69,62	4.518.399	69,75	36.399.236	67,27	55.266.202	69,15
TOTAL	4.106.391	100	6.477.739	100	54.108.277	100	79.919.679	100

Fuente: Contabilidad Regional de España. INE

El sector servicios es el sector que en 2001 más representa en la estructura productiva almeriense, con un 69,75%, aumentando ligeramente desde 1995. La construcción ha tenido también un avance en el sector productivo, lo que ha ido en detrimento de la agricultura y de la industria. En Andalucía, se observa esta misma tendencia, si bien el sector industrial adquiere más peso que en Almería en detrimento del agrícola. Este sector, a pesar del retroceso que viene experimentando, continúa siendo el segundo en importancia de la provincia.

El sector que sin duda más cabe analizar con respecto a la oferta es el de la hostelería, dada la implicación directa que va a tener a la hora de la celebración de los Juegos Mediterráneos. Para ello podemos analizar tanto la oferta hotelera como el empleo que se produce en el sector.

Tabla 32. Establecimientos y plazas hoteleras en Almería 1998-2002

	1998		1999		2000		2001		2002	
	Nº	Plazas								
Establecimientos hoteleros	65	14.303	73	14.488	81	14.908	92	18.013	100	20.947
Hotel apartamento	7	1.786	8	1.867	8	1.867	11	2.287	14	3.376
Hostales	130	3.208	128	3.305	138	3.434	140	3.532	148	3.769
Apartamentos	36	9.357	37	9.542	37	9.315	36	9.205	39	9.668
Camping	23	12.766	24	12.856	23	12.636	24	12.829	24	12.656
Casas rurales	11	95	17	143	21	177	30	216	38	289
TOTAL	272	41.515	287	42.201	308	42.337	333	46.082	363	50.705

Fuente: Cámara de Comercio de Almería

En estos datos destaca el incremento que se produce en la provincia almeriense, destacando el de las casas rurales, sector que se está expandiendo y que tendrá mucho que ver con el turismo de interior en la provincia en el futuro.

Respecto al personal empleado en el sector, vemos que el número también se ha ido incrementado, al igual que lo ha hecho en el conjunto de Andalucía, y

será uno de los sectores de empleo que crecerá especialmente durante la celebración de los Juegos Mediterráneos, dada la cantidad de participantes y visitantes que tendrán éstos.

**Media anual de personal ocupado en establecimientos hoteleros.
1995-2000.**

Año	Andalucía	Almería
1995	17.943	1.535
1996	18.435	1.562
1997	18.844	1.425
1998	20.007	1.629
1999	23.060	2.164
2000	25.168	2.243

Fuente: Cámara de Comercio de Almería

Otro dato que consideramos clave analizar desde el punto de vista de la oferta, por ser el sector que más influencia tiene en el desarrollo de los Juegos es el de las instalaciones deportivas. La oferta con la que cuenta está siendo renovada y ampliada para la celebración de los Juegos Mediterráneos, lo que va a permitir que se produzca un crecimiento tanto en la generación de empleo, como en la creación de empresas prestadoras de servicios en ellas. Ello tendrá que ir vinculado a la demanda deportiva de los ciudadanos, que debería crecer dada la mejor oferta de instalaciones y programas deportivos que se va a producir.

Almería cuenta, según el Censo de Instalaciones Deportivas de 1997 (último censo disponible), con un total de 930 instalaciones y 2.074 espacios deportivos, de los que 1.960 son convencionales y 114 no convencionales³.

Su distribución en las ciudades sedes de los Juegos Mediterráneos es la siguiente:

³ Las instalaciones deportivas convencionales son aquellas que por sus medidas y características hacen posible que se dispute en ellas la competición reglada, por ejemplo una piscina de 12,5 x 25 m., mientras que las no convencionales son instalaciones con medidas no adecuadas para la practica de la competición deportiva reglada, como una pista de patinaje en un parque, etc.

Instalaciones y espacios deportivos

	Instalaciones	Espacios	% de instalaciones respecto total provincia
Almería	187	442	18,85%
Cuevas del Almanzora	11	21	1,11%
El Ejido	43	143	4,33%
Gádor	5	12	0,50%
Huércal de Almería	11	32	1,10%
Roquetas de Mar	166	367	16,73%
Vicar	15	22	1,51%

Fuente: CSD. Censo de Instalaciones Deportivas 1997

En cuanto a la distribución de espacios en la provincia, las pistas polideportivas son los espacios con que más se cuenta en la provincia, siendo su distribución:

Nº espacios convencionales y no convencionales en Almería

Espacios convencionales		Espacios no convencionales	
Pistas de atletismo	16	Pistas o rutas de equitación	5
Boleras o campos de petanca	59	Pistas de esquí	1
Explanadas	48	Campos de golf	9
Frontones	35	Circuitos permanentes de motor	5
Campos de fútbol	85	Otros	77
Campos de hockey	8	Pistas de patinaje	2
Pabellones	16	Rocódromos o espacios escalada	4
Pistas de padel	11	Campos de tiro	13
Pistas polideportivas	704		
Piscinas deportivas	91		
Piscinas pequeñas	258		
Campos de rugby	1		
Salas cubiertas	208		

Fuente: CSD. Censo de Instalaciones deportivas 1997

La construcción de las nuevas instalaciones que se genera a raíz de los Juegos Mediterráneos, van a dotar a las sedes de una oferta de mayor calidad. En muchas de ellas, por ejemplo en el pantano de Cuevas del Almanzora o en El Toyo, se abren nuevas posibilidades deportivo-recreativas y de ocio.

La oferta en actividades directamente relacionadas con los Juegos Mediterráneos y el deporte son muchas más. Hemos querido recogerlas en el siguiente cuadro en el que se relaciona también con la demanda del sistema y que muestran las posibilidades que el deporte como sector ofrece y genera con la celebración de los Juegos.

Relación entre los análisis de la oferta y de la demanda del deporte

	Actividades productivas características del deporte		Resto de actividades productivas		
	Producción principal	Resto producción	Producción (no principal)	Producción principal y resto de producción	
Productos ofrecidos a:	(Productos característicos del deporte)	Resto de productos (auxiliares y secundarios)	Productos específicos del deporte	Servicios conexos del deporte	Otros productos
Usuarios del deporte (residentes y no residentes)	Servicios deportivos (ligados a la práctica deportiva y a los espectáculos). Formación. Eventos. Comercio de material deportivo. Fabricación de material deportivo	Transporte, otros servicios conexos (ofrecidos por clubes, etc.). Otros servicios conexos (reparaciones, restauración, etc)	Actividades extraescolares: servicios gratuitos deportivos para clientes en hoteles, para empleados en empresas, etc. publicaciones deportivas	Alojamiento, restauración, transporte, seguros	Otros productos no afines al deporte
Otros (Inst. públicas, sociedades y otras entidades)	Servicios deportivos comercio de material deportivo. Organización de eventos deportivos, etc.	Derechos de imagen, publicidad, derechos TV	Servicios deportivos	Alojamiento, Restauración, transporte, etc.	Otros productos no afines al deporte.
Enfoque de análisis de la oferta deportiva					

Fuente: Otero, 2002

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Desde el punto de vista de la demanda, podemos analizar varios aspectos relacionados con la actividad que generan los Juegos. Uno de ellos, muy vinculado a la actividad deportiva, es el gasto total de las familias en distintos sectores, el cual relacionamos con la renta per cápita con el fin de establecer una comparación con datos entre Andalucía y España, ya que no contamos con datos específicos de la provincia de Almería.

Con datos de 1998, vemos que el ocio y los gastos en hostelería (muy vinculados al ocio) representaban un porcentaje importante del gasto, además de la vivienda, la alimentación y el transporte.

Gastos per cápita en €, 1998		
	España	Andalucía
Alimentación y bebidas no alcohólicas	1.019,75	912,86
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	143,73	127,16
Vivienda, agua, gas, electricidad y otros combustibles	385,83	372,41
Mobiliario, equipamiento del hogar y gastos conservación	257,98	231,62
Salud	127,95	113,54
Transportes	656,84	490,49
Comunicaciones	102,64	86,29
Ocio, espectáculos y cultura	325,17	249,79
Enseñanza	80,14	63,58
Hoteles, cafés y restaurantes	494,87	417,83
Otros bienes y servicios	276,61	213,45
TOTAL	5.297,87	4.537,04

Fuente: INE, Analistas Económicos de Andalucía

En lo que se refiere a las inversiones públicas y privadas en instalaciones deportivas, y los efectos que tienen sobre la producción y el empleo, tomamos como referente las tablas Input-Output de Andalucía correspondientes a 1995, incluyendo las que corresponden a grandes eventos deportivos como los son los Juegos Mediterráneos Almería 2005, tal y como se recoge en el estudio realizado por la Fundación Andalucía Olímpica sobre el impacto económico y social del deporte en Andalucía (1992-2008). En este estudio, las inversiones previstas en instalaciones deportivas entre el periodo 1992-2008, constituyen un fuerte incremento de la demanda, principalmente en seis ramas productivas cuya demanda inicial alcanza los tres mil millones de €uros.

Demanda inicial de las principales seis ramas productivas

Rama	€uros
Metalurgia y fabricación de productos metálicos	159.825.345,88
Construcción de maquinaria y equipo mecánico	239.738.319,33
Industria de material y equipo eléctrico, electrónico y óptico	239.738.319,33
Construcción	1.917.905.953,63
Intermediación financiera	159.825.345,88
Actividades inmobiliarias y de alquiler, servicios empresariales	479.476.638,66
TOTAL	3.196.509.922,71

Fuente: Tablas Input-Output de Andalucía, 1995 (IEA)

Si analizamos los efectos sectoriales que las inversiones en instalaciones deportivas producen en función de los sectores de actividad, vemos las diferencias que se observan en el sector de la producción en todos estos efectos.

Efectos sectoriales de las inversiones en instalaciones deportivas (€uros)

	Consumos intermedios	VAB precios básicos	Producción interior a precios básicos	Importaciones
Agricultura	1.176.781,70	2.139.603,09	3.316.384,79	899.114,10
Industria	765.510.920,39	442.019.761,30	1.207.530.681,67	3.005.580.397,00
Construcción	1.383.689.734,00	954.317.671,00	2.338.007.404,47	0,00
Servicios	253.236.450,20	821.308.283,10	1.074.545.334,34	80.251.944,27
Total	2.403.613.885,78	2.219.785.318,48	4.623.399.805,27	3.086.731.455,77

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía

Si nos ceñimos al ámbito deportivo, sin tener en cuenta lo relacionado con las infraestructuras, sino con el consumo, podemos analizar la demanda que a partir del gasto se produce en actividades deportivas, así como la demanda que expresan los almerienses en torno a los Juegos Mediterráneos y su opinión.

En lo que se refiere al gasto que en Andalucía se produce en deporte, el que mayor porcentaje representa es el que se produce en el gasto por la práctica deportiva.

Gasto en actividades deportivas (millones de €)		
	Andalucía	Almería
Prendas deportivas	368,12	29,06
Equipamiento deportes	107,36	11,91
Alquiler de instalaciones	31,24	1,35
Gimnasio y piscina	101,76	8,00
Cuotas de clubes deportivos	43,80	2,15
Gasto por la práctica deportiva	652,29	52,47
Abono de clubes deportivos	18,72	0,08
Asistencia en directo a competiciones	52,02	3,72
Pago por visión	27,48	2,88
Prensa deportiva	62,05	3,21
Quinielas	96,78	5,53
Gasto asociado al deporte espectáculo	257,05	15,41
TOTAL	909,34	67,88

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía

En cuanto a la demanda de l@s almerienses, según los datos que nos ofrece el estudio realizado sobre la imagen social de los Juegos Mediterráneos y hábitos deportivos de la sociedad almeriense, vamos a comentar lo relacionado con el consumo de espectáculos deportivos, sobre si se debe pagar por ver espectáculos deportivos en vivo y en directo, la intención de asistir a los distintos eventos deportivos y el interés sobre la adquisición de artículos de merchandising relacionados con los Juegos Mediterráneos Almería 2005.

Las instalaciones deportivas son el elemento al que piensan que más van a contribuir los Juegos. Tras ellas y por este orden: el turismo, las infraestructuras en general, la economía y el empleo, por lo que la percepción

del beneficio de los Juegos o al menos las expectativas que se tienen son muy positivas en todos los aspectos que generan este tipo de eventos.

En cuanto al consumo de espectáculos deportivos en directo, la gran mayoría, el 40,3% afirman ver sólo los grandes acontecimientos deportivos, viéndolos por televisión en un 29,6% dos o tres veces por semana. El/la almeriense sí está dispuesto a pagar por ver grandes acontecimientos deportivos en vivo, ya que así lo señalan el 63,21% de la población.

El 34,5% de l@s almerienses señala tener interés en asistir a los Juegos Mediterráneos, siendo mayor este porcentaje en las subsedes que en Almería capital con un 53,6% frente a un 47,3%. Estos datos entendemos irán incrementándose en su porcentaje a medida que se aproxime la fecha de su celebración y vayan produciéndose acontecimientos y noticias que sean de interés para la sociedad almeriense (por ejemplo deportistas españoles de primer nivel que vayan a participar o confirmación de la asistencia de personalidades).

El evento en si es un potencial para las empresas que pueden operar en los JJMM, aunque más de un 50,7% de l@s almerienses manifiesta no tener interés en adquirir productos de merchandising. Los productos de merchandising representan un porcentaje importante de los ingresos en eventos deportivos. En los Juegos Olímpicos pueden llegar a representar un 3,5% como en el caso de Lillehammer en 1994 o in 1,5% en el de Nagano en 1998, ambos Juegos Olímpicos de invierno.

Por último, otro aspecto que nos ayuda a ver la demanda, es conocer el número de licencias deportivas con que cuentan las distintas federaciones en Almería, ya que se asocia directamente a los deportes más demandados por

l@s almerienses. En 2000, la Federación con mayor número de licencias fue la de baloncesto, seguida por la de balonmano, caza y fútbol, mientras que en el conjunto de Andalucía es la de caza, seguida por la de fútbol, la que cuenta con mayor número de licencias.

**Licencias federativas de las principales actividades deportivas.
Año 2000.**

	Almería	Andalucía
Federación andaluza de baloncesto	7.010	33.027
Federación andaluza de balonmano	6.632	16.353
Federación andaluza de caza	6.479	108.366
Federación andaluza de fútbol	6.282	86.503
Federación andaluza de fútbol-sala	2.784	16.774
Federación andaluza de golf	1.165	27.333
Federación andaluza de kárate	570	5.999
Federación andaluza de pesca deportiva	809	10.623
Federación andaluza de tenis	513	5.484
Federación andaluza de tiro olímpico	1.258	8.147
Federación andaluza de vela	925	11.255
TOTAL licencias deportivas	40.452	396.849

Fuente: Consejería de Turismo y Deporte

LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL GENERADA POR LA CELEBRACIÓN DE LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS DEL 2005.

Los Juegos Mediterráneos generan la oportunidad de crear un tejido empresarial. Su análisis es clave para ver las potencialidades que en este sentido ofrece el sector empresarial almeriense.

Las cuestiones que en este apartado habría que formularse son: ¿qué cambios se registran en la empresa que sean atribuibles a la celebración de los Juegos? ¿en qué grado estos cambios pueden tener continuidad posterior? Una de las experiencias al respecto es la que se produjo en Barcelona a raíz de los Juegos Olímpicos de 1992. Una investigación realizada con empresas y

empresari@s, permitió conocer algunos datos, que en su globalidad son trasladables a lo que sucederá con los Juegos Mediterráneos, siendo conscientes de que la realidad económica es muy distinta en estos momentos que 13 años antes.

Los sectores de actividad más implicados en los JJMM son la hostelería, la construcción (actividad que se ve incrementada por la inversión de la Administración Pública), el transporte-comunicaciones y el resto de servicios. En un segundo nivel de importancia se encontrarían los servicios de finanzas y otros servicios a empresas, educación y sanidad y el comercio. Y en un tercer nivel destacaría el sector del metal y los ramos relacionados con la construcción en el sector industrial. Son las áreas en las que los Juegos Mediterráneos van a tener una mayor incidencia, dado que son los sectores en los que se reclama la generación de actividad.

Sin embargo y tal como sucedió con la celebración de los JJOO en Barcelona, las empresas tienen más facilidad de implicarse si forman parte de redes de subcontratación, ya sea en calidad de subcontratadoras o de subcontratantes. “Cuando hay un negocio fuerte y atractivo, por más que esté controlado en gran parte por la Administración, las empresas pequeñas, por sí solas y en la lógica del mercado, no tienen capacidad de competir. Tienen que contentarse, probablemente, con las consecuencias indirectas del fenómeno. Lo que por otra parte viene a mostrar la fuerte relación que se suele dar entre las grandes empresas (especialmente si son de servicios) y la Administración” (De Moragas & Botella, 1996).

Las empresas que más se beneficiaron con la celebración de los JJOO de Barcelona’92 y que previsiblemente lo harán también en los JJMM fueron la construcción, hostelería y resto de servicios, siendo empresas más bien medianas que grandes, y siendo en general más dinámicas, más flexibles y más modernizadoras. La norma general es un aumento de un 10-20% en la

plantilla de las empresas, al menos durante el periodo que dura la actividad, con lo que supone una repercusión clara para el empleo del territorio.

El “know how” que va a generar el desarrollo de los Juegos Mediterráneos y la formación que determinadas profesionales van a adquirir, también es un sector que puede tener futuro en la creación de empresas. De las empresas de consultoría deportiva que existen en España ninguna cuenta en la actualidad con sede o sucursales en Almería. Un proyecto de creación empresarial en torno a la experiencia adquirida, sobre todo pensando en el campo de la organización de otros eventos, principalmente otros Juegos Mediterráneos, puede ser una oportunidad de creación de un tejido empresarial en torno a los Juegos.

España cuenta con pocas empresas de este tipo, algunas de las cuales ya han trabajado en los Juegos Mediterráneos Almería 2005 en determinados proyectos, lo que viene a reforzar la idea de las posibilidades del tejido en torno a la figura de los Juegos. Serían empresas de patrocinio, consultoría de gestión, asesoramiento, formación en torno a los Juegos, etc. de las que en España, contando las divisiones de las grandes empresas, tan apenas existen una docena. Potenciales servicios a prestar por estas empresas de consultoría serían servicios al Comité Internacional de los Juegos Mediterráneos, con cuyo apoyo profesional le podrían permitir aproximarse a los niveles de gestión y funciones del que metafóricamente es su hermano mayor, el Comité Olímpico Internacional con los Juegos Olímpicos como elemento central.

Pero a nuestro entender, la clave al analizar el sistema empresarial almeriense en torno al sector deportivo, principalmente en el de servicios, es ver el modelo de gestión con que cuentan las actividades e instalaciones deportivas de la provincia, principalmente de las sedes donde se desarrollarán los Juegos Mediterráneos.

Nos encontramos con que existe un gran peso del sistema público en la gestión de las instalaciones deportivas, puesto que el sector público gestiona más de un 53% de las instalaciones, según el Censo de Instalaciones Deportivas de 1997. El modelo de gestión que está utilizando en general la administración pública almeriense es una gestión directa, mientras que las instalaciones que está gestionando el sector privado son instalaciones de las que son propietarias dichas entidades, siendo por tanto una gestión privada.

4. POLÍTICA ACTUAL EN LA GENERACIÓN DE EMPRESAS. APLICACIÓN A LAS ACTIVIDADES QUE GENERAN LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS.

Antes de adentrarnos en la política de generación de empresas en Almería, vamos a analizar cuál es la situación del mercado de trabajo, cuyo análisis permite aproximarnos a la estructura productiva almeriense.

El mercado laboral en Almería, según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) de 2002, ha tenido un comportamiento excepcional durante el último año, alcanzando una tasa de actividad del 54,75, tasa superior a la que ha registrado la Comunidad Andaluza con un 52,48 y también la registrada en España con un 54,30.

El aumento de la población activa que se cifra en más de 20.000 personas, se ha registrado en todos los sectores productivos, y ha situado la tasa de paro en el 9,71%, el valor más bajo nunca registrado.

Pero donde realmente vemos cómo se encuentra el mercado laboral almeriense es comparando datos históricos de la evolución de la población ocupada y parada y comparándolo con las media españolas y andaluzas.

Población ocupada 1998-2002

Miles de personas	Almería	Andalucía	España
1998	151,8	1.960,9	13.204,8
1999	167,0	2.070,2	13.817,4
2000	168,0	2.168,8	14.473,7
2001	170,9	2.251,8	14.735,6
2002	197,3	2.499,2	16.257,6

Fuente: IEA

Tasas de paro. 1998-2002

Miles de personas	Almería	Andalucía	España
1998	19,49	29,45	18,81
1999	14,24	26,84	15,87
2000	16,23	24,48	14,08
2001	13,05	22,04	13,06
2002	10,76	19,65	11,35

Fuente: IEA

Tal y como ha sucedido en otros eventos deportivos importantes, las previsiones de aumento del empleo en Almería se van a producir de manera significativa desde el 2002 hasta el 2004, fundamentalmente en el sector de la construcción, dada la importante inversión que se está produciendo. Sin embargo, en 2005, el aumento se producirá en el sector servicios, dada la gran demanda que generarán la celebración de los Juegos.

ACCIONES LLEVADAS A CABO EN MATERIA DE POLÍTICA DE EMPLEO Y GENERACIÓN DE EMPRESAS.

En lo que respecta a los JJMM, en materia de empleo y creación de empresas, nos encontramos con el marco del programa EQUAL al que da origen la realización de este trabajo y con la Acción Almería 2005, puesta en marcha por el Instituto de Fomento y el Ayuntamiento de Almería, que más adelante detallaremos.

El marco del que derivan muchas de las políticas implantadas en los territorios es el de la Unión Europea, quien ha impulsado a través de los programas de financiación del Fondo Social Europeo la mayoría de las iniciativas que a nivel local se están efectuando en Almería y por ende en toda Europa.

Como hemos comentado en otro apartado del estudio, la tipología de empresas que se está creando son PYMES, muchas a nivel local, siendo quienes mayor actividad laboral están generando al acercarse a las especificidades que la demanda del mercado laboral posee. En este sentido la Administración local es quien tiene que impulsar determinadas acciones en estrecha colaboración con las entidades que puedan impulsarlas. Al respecto el informe Delors señala las tres formas de desempleo existentes: el coyuntural, provocado por disminución de la riqueza; el estructural, provocado por las modificaciones de las características del sector laboral a escala mundial y el tecnológico, derivado de la creación de nuevas técnicas y procesos de producción.

En Almería son una de cada cinco personas las que quieren trabajar y no encuentran empleo, siendo las mujeres y I@s jóvenes quienes mayores índices de desempleo presentan. Desde la Unión Europea se promueven medidas que apoyan nuevos yacimientos de empleo, adaptados a las nuevas demandas sociales que se plantean. Es decir, se han de promover nuevos yacimientos de empleo y dotar los mecanismos que puedan generar la creación de empresas y la contratación en ellas. Como ejemplo y en vinculación con el informe Delors, podemos comentar los yacimientos relacionados con los servicios a la vida diaria, servicios para la mejora de la calidad de vida, servicios culturales y de ocio y servicios de medio ambiente.

A continuación vamos a detallar algunas de las acciones que se han llevado a cabo y que afectan a la generación de empresas en Almería.

→ Proyecto Almería Emprende.

- Se encuentra enmarcado en el programa comunitario Equal, en el que existen 21 proyectos sobre inserción y reinserción, formas de combatir el racismo y la xenofobia, creación de empresas (en el que se encuentra Almería emprende), adaptabilidad, conciliar la vida profesional y familiar y reducir los desequilibrios de género.
- Destinará más de 2.000.000 € a crear empleo entre la población que presenta mayores dificultades para acceder al mercado laboral: jóvenes con baja cualificación, jóvenes con titulación media o superior, mujeres jóvenes con una elevada cualificación y adultas con escasa experiencia laboral y/o escasa cualificación, mayores de 40 años, discapacitados o inmigrantes.
- Pretende promover nuevas maneras de combatir la discriminación y desigualdad en relación con el mercado de trabajo.
- La inversión se financia en un 75% por la UE mediante el Fondo Social Europeo, 20% Junta de Andalucía, 4,4% Ayuntamiento Almería, 0,3% Diputación y 0,3% Asempal. Cuenta con un presupuesto de 1.961.404,29 €uros.
- Cuenta con dos socios transnacionales (un holandés y uno de la República Checa).
- Se constituirá la Agrupación de desarrollo “Almería por el empleo” que llevará a cabo este proyecto y que está formada por la Consejería de Empleo y nuevas tecnologías, el Ayuntamiento de la capital, la Diputación y representantes sindicales de UGT y CCOO y Asempal.
- Como ejemplos de actuaciones concretas en relación con el fomento del espíritu empresarial y el apoyo a los emprendedores, podemos hacer referencia a la creación de un Banco de Ideas Empresariales de carácter innovador y la Emprendeteca* , que constituye un espacio físico, un centro donde se ofrece a los emprendedores los recursos y servicios necesarios para el desarrollo de sus proyectos empresariales.

*Emprendeteca Almería Emprende. Paseo de Almería 11, 1º. 04001 Almería

- Este programa se encuentra en el marco del marco del Pacto firmado en marzo de 2000 sobre “estrategia del empleo para Almería”, junto con otros dos proyectos sobre barrios y comercio.
- CREA (Oficina Municipal de Creación de Empresas), dependiente del área de desarrollo económico, empleo y turismo.

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ Proyectos EQUAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Además de Almería emprende, Almería participa en otros programas dentro del marco del programa EQUAL: <ul style="list-style-type: none"> ○ Dentro del área de inserción y reinserción, el proyecto EQUAL-Andalucía: estrategias para el empleo, donde Almería participa con otras 6 ciudades andaluzas en el proceso de acompañamiento al empleo y a la generación de actividad independiente de personas en riesgo de exclusión social. ○ Las localidades de Roquetas de Mar, Vícar, La Mojonera, Almería, Cuevas de Almanzora y Olula del Río, junto con otras cuatro localidades en el proyecto Arena, dedicado al acceso a las personas inmigrantes a los recursos de inserción laboral dirigidos a toda la población, formación en interculturalidad y detección de situaciones de discriminación. ■ La evaluación que se ha realizado sobre las acciones de EQUAL detecta que hasta diciembre de 2002, el nivel de ejecución era muy bajo, dado que el objetivo de los programas se centraba en el desarrollo de labores de organización y planificación, estando el nivel global de ejecución sobre el presupuesto en un 3,62%. 	
<p>→ Programa CRECE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promovido por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, cuenta con el programa de Creación de Empresas en el campo de las Nuevas Tecnologías. ■ Se ha creado una red de apoyo a empresas que se han consolidado a partir de programas de la Escuela de Organización Industrial, la cual ha desarrollado REDEPYME, un recinto puesto a disposición de estas empresas en Internet. 	

→ Acciones que se están llevando a cabo para la generación de empresas

■ El Instituto de Fomento de Andalucía cuenta con un conjunto de acciones de fomento y ayudas que facilitan a los empresarios la realización de sus inversiones, la contratación de aquellos servicios externos que pueda necesitar o el desarrollo de sus proyectos de investigación e innovación. Esta entidad, perteneciente a la Junta de Andalucía, cuenta con un programa de ayudas consistente en subvenciones, bonificaciones de tipos de interés y ayudas reembolsables, existiendo una gerencia por provincia para realizar su tramitación.

■ La Fundación Mediterránea cuenta con un programa Empresa Universidad cuyo objetivo es acercar universitarios y empresas. Para ello se prestan los siguientes servicios:

- Servicio de orientación profesional “Andalucía Orienta”
- Prácticas en empresas andaluzas
- Prácticas en empresas europeas, programa Leonardo da Vinci

■ AVALUVION

- Es una entidad financiera constituida con el objetivo de fortalecer el tejido empresarial andaluz, facilitando la financiación de las PYME asociadas en las mejores condiciones de mercado.
- Esta participada por la Junta de Andalucía, Confederaciones de empresarios y cámaras de comercio, las diputaciones provinciales, las principales cajas de ahorro andaluzas y más de 3.300 PYMES de la CCAA andaluza.
- La Diputación de Almería y Avaluvión cuentan con un convenio de colaboración para aquellas medianas y pequeñas empresas radicadas en la provincia de Almería que obtenga un aval financiero de Avaluvión.

● Plan PYME: en el que participan el IFA, la Unión Europea, la Administración Central y la Junta de Andalucía. Se trata de un Plan de consolidación y competitividad de las PYMEs destinada a mejorar la competitividad de las PYMEs andaluzas, con lo que se facilita la contratación de servicios avanzados y adquisición y financiación de inversiones en actos fijos que necesiten realizar para la consolidación y mejora de la competición.

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ Acciones que se están llevando a cabo para la generación de empresas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ ASOCIACIÓN DE JÓVENES EMPRESARIOS DE ALMERIA <ul style="list-style-type: none"> ○ Entidad prestadora de servicios a la creación de empresas que ofrece: <ul style="list-style-type: none"> ◆ Facilidades para la concesión de ayudas económicas a través de convenios financieros que permiten el acceso a préstamos, a tipos de interés preferenciales para nuevas inversiones y/o empresas consolidadas. ◆ Asesoramiento empresarial jurídico, fiscal, laboral y contable, en medio ambiente, ... ◆ Organización e información sobre cursos de formación ◆ Participación en Premios Empresariales ◆ Fomentar vocaciones empresariales 	
<p>→ Programas en el Municipio de Roquetas de Mar</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Son cuatro los proyectos que en este municipio se promueve la creación de empleo, el Proyecto A.D.L. (Iniciativas locales de empleo), el proyecto OPEA (Orientación Profesional para el empleo y asistencia), el proyecto Andalucía ORIENTA y el programa PLEAMAR. El programa que incide directamente en la creación de empresas es el proyecto A.D.L. Iniciativas locales, así como el PLEAMAR, que está dirigido a mujeres, inmigrantes, discapacitados psíquicos y físicos y se desarrolla tanto en los municipios de Roquetas de Mar como en Gádor. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ La previsión de beneficiarios del programa PLEAMAR es de 1.065 personas, distribuidas en: <ul style="list-style-type: none"> ◆ Niños: 225 ◆ Inmigrantes: 240 ◆ Discapacitados: 300 ◆ Ancianos: 300

➔ **Acción de Fomento Almería 2005**

■ Esta es sin duda la única acción específica que existe para aprovechar las positivas consecuencias económicas que para la capital de Almería tendrá la celebración de los Juegos Mediterráneos 2005 y es la clave de las propuestas que se puedan realizar en este estudio, puesto que en Almería capital muchas de ellas se acogerán a este proyecto.

■ Esta acción se pone en marcha a través del Instituto de Fomento de Andalucía y el Ayuntamiento de Almería, con el objetivo de poner en “valor un espacio urbano, apoyando iniciativas que fomenten la modernización y ampliación de las PYMEs para mejorar su calidad y competitividad, así como la creación de empresas PYME, además de potenciar la cooperación entre ellas.

■ Los ámbitos de actuación son para proyectos que se desarrollen en el centro comercial abierto de Almería, áreas de influencias y ejes comerciales, en los sectores de:

- ◆ comercio minorista
- ◆ turismo
- ◆ otras actividades empresariales
- ◆ actividades recreativas, culturales y deportivas
- ◆ actividades diversas de servicios personales

■ Los proyectos elegibles del sector comercial son:

- ◆ creación, ampliación y modernización de establecimientos comerciales especializados de calidad
- ◆ remodelación del mercado central (empresas)
- ◆ implantación de nuevos sistemas de gestión empresarial
- ◆ elaboración de estudios o diagnósticos de la empresa
- ◆ desarrollo o revisión de la imagen corporativa
- ◆ incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
- ◆ inversiones en ahorro energético y energías renovables
- ◆ realización de actuaciones relacionadas con una mayor protección ambiental
- ◆ desarrollo de proyectos de cooperación empresarial

◆ Beneficiarios: cualquier forma jurídica excepto: soc. civil, soc. comanditada y comunidad de bienes. Si la inversión subvencionable supera los 150.000 €uros, el empresario deberá ser societario, no individual.

◆ Los conceptos subvencionables son:

- inversiones en activos materiales: obras de adecuación de establecimientos, bienes de equipo, inst. auxiliares, equipos informáticos (hardware), y otros.
- Inversiones en activos inmateriales: adquisición y tratamiento de software, patentes, licencias y conocimientos técnicos.
- Gastos de servicios externos para la mejora de la competitividad de las empresas: estudios y diagnósticos, implantación y certificación de sistemas de gestión, etc.

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ Acción de Fomento Almería 2005</p>	<p>■ Los proyectos elegibles del sector turístico son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ creación de hoteles de calidad vinculados a la zona histórica de la ciudad y en edificios tradicionales ◆ creación y modernización de restaurantes de calidad ◆ creación y modernización de empresas de oferta turística complementaria ◆ creación de empresas de información y servicios turísticos que tengan como objetivo la explotación de los recursos del ámbito de actuación ◆ Implantación de nuevos sistemas de gestión empresarial ◆ Elaboración de estudios o diagnósticos de la empresa ◆ Desarrollo o revisión de la imagen corporativa ◆ Incorporación de las nuevas tecnologías ◆ Inversiones en ahorro energético y energías renovables ◆ Realización de actuaciones de protección ambiental ◆ Desarrollo de proyectos de investigación e innovación 	<p>● Cuantía de las subvenciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subvenciones directas: del 10-35%. • Bonificación de intereses: máximo de 5 puntos de interés. • Ayudas reembolsables: préstamos de 5 a 10 años, a tipo de interés cero, complementarios a los concedidos por una entidad financiera y donde las garantías son las propias de la empresa.

Del análisis del conjunto de estas acciones e iniciativas, vemos que la única acción específica existente para actividades que se puedan generar en tono a los Juegos Mediterráneos, provienen de la localidad de Almería, dónde existe la Acción Almería 2005, desarrollada entre el Ayuntamiento de Almería y el Instituto de Fomento de Andalucía, lo cual ya es una clara oportunidad para la generación de empresas y actividades a raíz de los Juegos Mediterráneos. El que se cuente con una acción específica en materia deportiva es un paso muy importante para la generación de actividades y empresas a raíz de los Juegos Mediterráneos.

Además, en Almería se han puesto otra serie de iniciativas públicas y privadas relacionadas con políticas de generación de empleo y creación de empresas, de entre las cuales podemos destacar **el Pacto Territorial por el Empleo en la ciudad de Almería**, que inspirándose en las directrices de la Unión Europea, pretende optimizar los recursos que las distintas instituciones que inciden en el ámbito local tienen para dinamizar el mercado de trabajo, y movilizar a la sociedad almeriense. El Pacto se basa en la colaboración y participación de todos los agentes públicos y privados: anterior Consejería de Trabajo e Industria de la Junta de Andalucía (actual Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico), Instituto de Fomento de Andalucía, Instituto Nacional de Empleo, Unión General de Trabajadores, Comisiones Obreras, Asociación de Empresarios de Almería, Cámara de Comercio, Federación Andaluza de Empresas de Cooperativas de Trabajo Asociado, Federación Andaluza de Empresas de Cooperativas Agrarias y Universidad de Almería, puesto que para la construcción de un desarrollo económico sostenible en Almería todos ellos resultan imprescindibles.

Por tanto, existen diversas razones por las cuales se considera fundamental afrontar de forma decidida una estrategia a favor del empleo en Almería:

- La mayor concentración de población en la capital hace que también se concentre en ella un mayor porcentaje de desemplead@s que en el resto de la provincia. Prácticamente la mitad de los desemplead@s de la provincia se encuentran en la capital.
- El paro afecta de forma más acuciante a unos colectivos especialmente vulnerables, cuya incorporación al mundo laboral resulta clave para asegurar un mayor potencial de desarrollo para la ciudad: los jóvenes, las mujeres, los discapacitados, los mayores de 40 años (su experiencia vital y laboral es un capital muy importante

como para que se desvanezca por su marginación) y el cada vez más numeroso colectivo de inmigrantes (cuyo reto fundamental es su integración en la sociedad almeriense).

- Es notoria la existencia de una bolsa de paro “latente” formada por personas que buscarían un empleo si creyeran en sus opciones para encontrarlo y todas aquellas que se mantienen el resto del año en la capital gracias a la percepción de algún tipo de subsidio, aunque trabajen una temporada en otras zonas de la provincia.

La Estrategia en favor del Empleo en la ciudad de Almería, por la que se apuesta en el presente Pacto, se concreta en tres grandes líneas estratégicas de actuación que sirven de ejes esenciales de las políticas de desarrollo local a implementar en la ciudad:

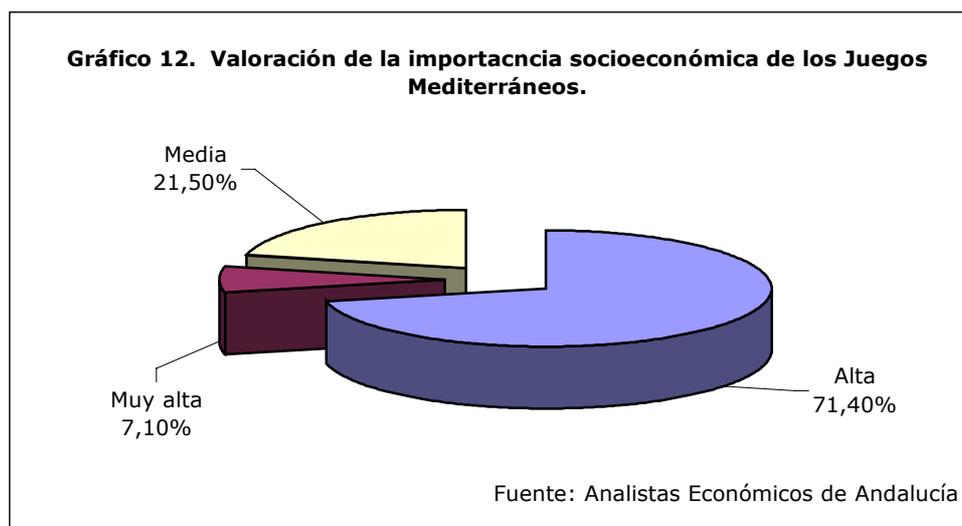
- **Emprender en Almería:** el apoyo a la iniciativa emprendedora para generar actividad y empleo y aprovechar el potencial de nuestra población, su tradición emprendedora y las oportunidades que aparezcan a raíz de la celebración de los Juegos Mediterráneos del 2.005.
- **Nuevas Necesidades, Nuevas Actividades,** apostando por el desarrollo de los Nuevos Yacimientos de Empleo como estrategia para generar nuevas oportunidades de empleo y aprovechar el potencial endógeno de la ciudad, a la vez que se satisfacen las necesidades de la población.
- **Instrumentos para la inserción:** la profundización en los instrumentos de Integración, Formación y Orientación, como estrategia para mejorar las oportunidades de empleo de la población y su adaptación a los cambios del entorno.

5. POTENCIAL DE CREACIÓN DE EMPRESAS. OBSTÁCULOS ACTUALES EN EL TERRITORIO Y EN LA ACTIVIDAD GENERADA POR LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS.

SITUACIÓN DE PARTIDA: UNA PRIMERA REFLEXIÓN SOBRE EL POTENCIAL DE CREACIÓN DE EMPRESAS Y LA GENERACIÓN DE ACTIVIDADES. LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS.

El primer punto para el potencial de creación de empresas a raíz de los Juegos Mediterráneos, es el último programa comentado sobre ayudas a la creación de empresas, la denominada Acción Integrada Almería 2005, si bien su ámbito de actuación sólo se extiende a la ciudad de Almería.

Las empresas almerienses ya valoraron la importancia socioeconómica de los Juegos Mediterráneos, en la encuesta realizada para la candidatura. Así un 71,4% piensa que estos tendrán una importancia alta, un 7,1% muy alta y un 21,5% media.



En este punto hemos querido conocer la opinión sobre lo que pueden aportar los Juegos Mediterráneos del 2005 a la economía almeriense, de algunas personas y representantes de instituciones almerienses, que nos han ayudado a conocer su opinión como personas cualificadas conocedoras de la realidad almeriense. Las instituciones a las que se ha pedido colaboración en este punto han sido la Junta de Andalucía, la Diputación de Almería, los Ayuntamientos de Almería, Cuevas del Almanzora, El Ejido, Gádor, Huércal de Almería, Roquetas de Mar y Vícar, la Cámara de Comercio, ASEMPAL, la Asociación de Jóvenes Empresarios, la Universidad de Almería, el Comité Olímpico Español y el COJMA. Del conjunto de aspectos comentados sobre la situación empresarial actual y el potencial futuro de estas empresas, podemos anotar los siguientes aspectos.

1. Desde la nominación para la celebración de los Juegos Mediterráneos en 1999, las personas entrevistadas han percibido, en general, una mejor coyuntura con la creación de un entramado empresarial más amplio que ha repercutido beneficiosamente en la economía almeriense. Así los sectores en los que se coincide que más se ha avanzado son los servicios, el turismo y la construcción. El Toyo y la Villa Mediterránea han supuesto un volumen de mano de obra que ha motivado el crecimiento de la ciudad. Sin embargo en el resto de sectores no se percibe apenas crecimiento o generación de actividad.
2. La creación de empresas de aquí a la celebración de los Juegos parece que va a avanzar principalmente en lo relativo a la creación de empresas de servicios y turismo, muchas de ellas utilizando el deporte como pretexto. Sin embargo muchas de las personas entrevistadas coinciden en que existe mucha información, mucho flujo de subvenciones a proyectos innovadores, pero que las empresas no lo están aprovechando al 100%, por lo que la oportunidad es saber aprovechar todos los recursos existentes. En este sentido, los jóvenes y mujeres

son quienes tienen un gran potencial y una enorme oportunidad, puesto que son quienes más ganas tienen de encontrar un empleo y trabajar.

3. Las empresas han crecido en el sector de la construcción y en algunos servicios de manera espectacular, existiendo casos del paso de 3 empleados a 57 en una de las empresas que trabajan en el Toyo, en tan sólo 2 años. Es la oportunidad de asentar el tamaño de las empresas y formar parte de las medianas empresas almerienses, teniendo la capacidad de trabajar en actuaciones en las que anteriormente su tamaño limitaba sus posibilidades.
4. Las infraestructuras hoteleras que se creen y el desarrollo de las actuales, son una oportunidad para mejorar la calidad de la oferta turística almeriense, a través de la oferta de aspectos diferenciales como actividades de ocio, actividades culturales por el interior de la provincia, etc. Son oportunidades para atraer turismo al interior y a las nuevas instalaciones deportivas creadas como la de Cuevas del Almanzora.
5. La creación de empresas asociadas a la comunicación y al diseño, son actividades que generan oportunidades para el tejido empresarial, pero estas tareas, en un gran evento deportivo y/o cultural, suelen ser adjudicadas a empresas de dilatada experiencia, por lo que la oportunidad para Almería es fomentar un tejido empresarial que colabore con éstas grandes empresas a través de la cesión de materiales (autobuses, vehículos de alquiler, logística,...), personal cualificado, etc.
6. Organizar eventos deportivos de nivel y atraer la celebración de competiciones es una de las grandes oportunidades que se abren a Almería para seguir avanzando en su desarrollo deportivo y no dejar que las instalaciones supongan un lastre para la comunidad. En general,

parece existir preocupación por lo que pasará el día después de los Juegos Mediterráneos con las instalaciones construidas, puesto que se quiere seguir más el ejemplo de Barcelona que no el de Sevilla y su Estadio Olímpico.

7. El propio Comité Organizador de los Juegos Mediterráneos de Almería va a dejar gente preparada, por lo que estas personas son un potencial y una oportunidad para la puesta en marcha de empresas o actividades, así como para la potenciación de la gestión pública en Almería en particular y en Andalucía en general.

8. Uno de los sectores dónde más oportunidades se pueden abrir es en el ámbito de la gestión posterior de las instalaciones deportivas. Ello implica que se deberían poner en marcha cuanto antes programas de formación ocupacional para cualificar trabajadores en una serie de nuevas ocupaciones y habilidades que la gestión de instalaciones requiere, como: limpieza de instalaciones deportivas, tarificación y optimización de consumos energéticos en instalaciones, atención al usuario en centros deportivos, operarios de mantenimiento de piscinas, campos de fútbol, salas cubiertas, secretaría de clubes y centros deportivos,...

9. En la práctica deportiva, la creación de infraestructuras de pequeño tamaño se dejará sentir en barrios y poblaciones pequeñas, siendo medio de facilitación de acceso a la práctica deportiva para toda la población. En este sentido, instalaciones y actividades han de contar con un proyecto posterior, puesto que los Juegos “no pueden convertirse en una carrera ciclista en la que después de pasar el pelotón no queda nada”.

10. La mujer y la juventud son dos sectores que tiene que ser potenciados y que tienen mucho que decir por la capacidad de trabajo que son capaces de desarrollar. Los inmigrantes es otro de los sectores a potenciar dada la gran presencia de éstos en Almería.

11. Muchas oportunidades se generarán en la medida en que las Administraciones continúen colaborando entre sí. La colaboración hasta ahora viene siendo correcta, se necesita de una estabilidad que permita llegar a los Juegos, pero ésta ha de potenciarse en el futuro para que las oportunidades puedan materializarse. Algunas personas perciben que las Administraciones Públicas compiten por el deporte en Andalucía, lo que puede ser un obstáculo que habrá que transformarlo en oportunidad.

SECTORES POTENCIALES DE CREACIÓN DE EMPRESAS Y GENERACIÓN DE ACTIVIDADES CON LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS.

Una vez analizados los datos de la economía almeriense y de su actividad empresarial, vamos a tratar de concretar, en este apartado, los datos que hemos ido ofreciendo a lo largo del estudio y que generan una oportunidad en la generación de empresas.

- Una de las potencialidades que generan los Juegos Mediterráneos tiene que ver con acciones previas a su celebración. La posibilidad de difundirse a través de la organización de actos internacionales vinculados al deporte, como el de la organización de la Asamblea General del Comité Internacional de los Juegos Mediterráneos, llevada a cabo por el COJMA y en la que participaron más de 200 altos cargos del deporte de 21 países mediterráneos, la cual fue celebrada en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Aguadulce, pueden convertir a Almería en una ciudad de Congresos. Los más de 100 eventos deportivos de la

más diversa índole, tanto nacionales como internacionales, que se han ido organizando desde la fase de candidatura de los Juegos Mediterráneos, han contribuido a promocionar la imagen de Almería y a generar negocio asociado a la misma. Almería es en la actualidad, una de las ciudades referentes del Mediterráneo.

- Otro elemento potencial de la celebración de los JJMM Almería 2005 es el de su Villa Mediterránea. Como se ha visto en las villas donde se han celebrado Juegos Olímpicos, “estas construcciones están cargadas de un carácter y de una simbología monumental” (Millet, 1997). Además el conjunto de equipamientos de éstas deben incorporarse a la vida normal el día después de la Ceremonia de clausura de cualquier evento deportivo, por lo que genera un potencial de posibilidades que se pueden centrar en la prestación de servicios de ocio, en la prestación de servicios a los ciudadanos con la construcción de hospitales, lugar de encuentro para determinadas actividades, etc.

La Villa Mediterránea contará con 1.056 viviendas y su acceso será mediante el enlace por la autovía del Mediterráneo que deriva en la gran avenida de acceso con que cuenta la misma. En ella se sitúa el Centro de convenciones y se encuentra vinculada al campo de golf de 18 hoyos de El Toyo.

- La creación de un Centro de Tecnificación Deportiva, que la comunidad andaluza sólo posee en Sevilla. En la actualidad la tecnificación deportiva española se lleva a cabo a través de los Centros de Alto Rendimiento (CAR), Centros Especializados de Alto Rendimiento (CEAR), Centros de Tecnificación Deportiva (CTD) y Centros Especializados de Tecnificación Deportiva (CETD).

Sin embargo, el impulso que se está dando a la Tecnificación deportiva en Almería es el de acoger en la instalación que se está construyendo para los Juegos Mediterráneos un Centro de Tecnificación Deportiva donde puedan acudir los talentos provenientes del Plan Indalo. Es una idea que compartimos puesto que es la mejor opción para la provincia de Almería.

- Hacer perdurable la marca Almería 2005, es una de las potencialidades que generan los propios Juegos. En la actualidad muchas entidades ya están usando esta marca en sus acciones concretas, como el Instituto de Fomento de Almería y el Ayuntamiento de Almería en la acción de creación de empresas Almería 2005, comentada en el punto 3.4.2. de este estudio. Es importante conservar esta marca para recordar la importancia que en materia de inversiones tuvo este momento pero también para aprovechar el legado positivo de los Juegos. En este sentido son muchas las alternativas posibles.

En Almería nos podemos encontrar desde cafeterías a promotoras inmobiliarias que han incorporando a su nombre la fechas “2005” o el nombre “Almería 2005”.

- A nivel empresarial Almería puede dotarse de un centro importante de logística, que por su situación y modelo de economía tendría un gran potencial de desarrollo. La economía globalizada implica que el potencial de desarrollo de los centros empresariales esté en su potencial distribuidor. Almería con una de las flotas de camiones más importantes, debe ir hacia ello. “Una de las sendas que la economía mundial ha tomado es la del poder de la distribución. (...) Es de vital importancia que nuestros productos se integren de manera eficaz en los circuitos mundiales de distribución. Y la mejor manera de garantizarlo es disponer de poder de mercado relevante de alguno de los eslabones de la cadena de comercialización” (Horizonte 2005). No hay que olvidar

que Almería es el principal proveedor de frutas y hortalizas de la Unión Europea.

- Desarrollo de tecnologías vinculadas a las energías alternativas y limpias, dado las buenas condiciones de Almería para el aprovechamiento de la energía solar o eólica
- El aumento de la oferta hotelera, es oportunidad para crear una oferta de ocio alternativo, que vinculado a los Parques Naturales y al deporte y las instalaciones que generan los Juegos Mediterráneos se constituyen como una oportunidad para el turismo y para el turismo activo en el mundo rural.
- Otro de los aspectos potenciales es la generación de actividad que puede generar la adquisición de experiencia de I@s miembros del COJMA y el legado de las instalaciones deportivas almerienses. Ello puede combinarse y desarrollar un proyecto que potencie la disminución de la estacionalidad del turismo, ofertando turismo deportivo para stages de futbolistas amateurs, ciclistas, tenistas, etc. y también turismo de golf.
- También es una potencialidad la creación de empresas o iniciativas dirigidas a la formación en el ámbito del deporte, como actualización y reciclaje de los distintos aspectos vinculados a la organización y gestión deportiva. Estas empresas podrían incorporarse a las próximas convocatorias de subvenciones a través del FORCEM, y de este modo prestar un servicio en la provincia almeriense.
- El impulso que la Administración Pública desea dar al interior de la provincia, por las diferencias existentes interior-exterior, es una oportunidad para trabajar la artesanía y aspectos tradicionales. En ello son clave los programas Leader y Proder y los Grupos de Acción Local.

- Otro potencial es el vinculado al consumo deportivo. Según un estudio realizado por Chris Gratton sobre las previsiones sobre el gasto de I@s consumidores en deporte, éste representa casi el 3% del gasto de I@s consumidores y se prevé, “siempre que no haya más sacudidas externas en el periodo 2002-2006, que el gasto deportivo seguirá creciendo a un ritmo más rápido que el crecimiento económico” (Gratton, 2000). Ello puede ser un campo de generación empresarial a escala local.
- La creación de infraestructuras y de instalaciones deportivas, necesitará la formación de profesionales de mantenimiento de instalaciones que den respuesta a las necesidades que estas instalaciones plantean, tanto a nivel de equipos (depuradoras,...) como de equipamiento (césped, gradas, parquet,...)
- Empresas de servicios y/o asociaciones que gestionen programas e instalaciones deportivas y de ocio. Ello como ya hemos comentado a lo largo del estudio, puede tener un alto desarrollo dada la falta de experiencia que se tiene en prestación de servicios y gestión indirecta de instalaciones y actividades deportivas, y el escaso tejido empresarial existente.
- Por último, la estructura del voluntariado de Almería 2005, debe ser aprovechada para la oferta de servicios de esta índole en el ámbito cultural y de ocio. La creación de una Asociación que permita seguir participando en actos y eventos, será fundamental para que sus actividades puedan seguir realizándose.

Otro de los sectores que se va a ver beneficiado con la celebración de los Juegos Mediterráneos en Almería es el empleo en el sector deportivo. El principal potencial del empleo deportivo es que el sector es muy dinámico, puesto que constantemente surgen nuevas actividades y servicios en torno a

él. A ello también contribuye la disminución progresiva de la jornada laboral, lo que deja más tiempo libre para el ocio y consecuentemente para la práctica deportiva.

OBSTÁCULOS QUE SE GENERAN.

Con todo este potencial de creación de empresas y actividades, hay una serie de obstáculos que se deben superar y valorar en su justa medida para apostar por su desarrollo.

En este punto resumimos algunos de los obstáculos que se generan, algunos de los cuales frenarán las posibilidades de creación de empresas y actividades, mientras que otros podrán ser superados para su generación.

- Los obstáculos que nos encontramos se centran principalmente en la falta de experiencia en algunos sectores y también en la falta de iniciativas particulares.
- La falta de coordinación de las instituciones para potenciar medidas concretas puede generar también un obstáculo, por ejemplo si se apuesta por la organización de eventos internacionales en la ciudad, o la creación de un centro de alto rendimiento deportivo, o tecnificación deportiva, etc.
- Falta de programación sobre la distribución de los espacios provinciales y su asignación a los distintos usos. Se necesitaría definir las acciones a impulsar en Almería tras los Juegos Mediterráneos del 2005 en lo que se refiere a usos deportivos a nivel provincial, pero también municipal. La prácticamente inexistencia de una política de externalización, por

parte de la Administración, de servicios deportivos, dificultará un ritmo de crecimiento adecuado.

- La estacionalidad del turismo, que se puede convertir en una oportunidad, pero es un obstáculo para la generación de empleo estable en la provincia.
- Las infraestructuras de comunicación, puesto que impiden el desarrollo comercial y su posición como centro tecnológico y de distribución y logística.
- También es un obstáculo, vinculado al punto anterior, las limitadas posibilidades de crecimiento de los tres puertos comerciales de la provincia, puesto que pueden limitar las posibilidades comerciales de la provincia si no se vehiculan otras vías de transporte.
- Falta de agua si se apuesta por la agricultura y el aumento del turismo, sobre todo el turismo de golf. Un crecimiento desorbitado puede ser contraproducente.
- Además, los obstáculos para la creación de empleo en el sector deportivo, se “deben mucho más a las carencias de la organización del mercado, tanto en el ámbito de la oferta como de la demanda” (Otero, 2000). Ligados a la oferta podrían ser:
 - La falta de organización socioeconómica del deporte, y
 - La precariedad de las micro estructuras empleadoras.Ligados a la demanda, se deben más a razones de índole cultural e histórica que condiciones económicas, y son:
 - las constantes subvenciones a ciertas prácticas, el trabajo gratuito que ofrecen los voluntarios, y que el consumidor no ha estado habituado a pagar el coste real del servicio deportivo.

- Finalmente, algunas de las oportunidades de creación de empresas deportivas se encontrarán con la dificultad de un mercado inmaduro, no acostumbrado a demandar algunos de estos servicios profesionales específicos. Ello también se producirá por el escaso desarrollo del tejido asociativo deportivo en Almería, donde prácticamente no existen grandes clubes deportivos ni sociales.

6. MEDIDAS DE APOYO PARA LA ESTRUCTURACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.

La oferta del sistema empresarial almeriense se encuentra muy estructurada hacia los sectores productivos de la provincia. Apoyos a la creación de empresas, asesoramiento, incentivos, etc., existen en toda la provincia, aunque se encuentra muy centralizado en la capital y se requieren medidas de apoyo más concretas a los municipios, algunas de las cuales han comenzado a desarrollarse a través de programas sin que por el momento hayan concluido de implantarse. Nos referimos a los proyectos EQUAL en los que participa Almería y su provincia.

Así, hemos analizado en este estudio el programa del Instituto de Fomento y el Ayuntamiento de Almería, la Acción Almería 2005, destinada a la creación de empresas relacionadas con las actividades que generan los Juegos, sin duda la mejor medida de apoyo que existe para su fomento.

Por otro lado, se ha generado movimiento hasta la fecha en el desarrollo de trabajos de investigación y de realización de estudios. Ello se ha fomentado desde las Administraciones Públicas y la Universidad, aunque con falta de coordinación, al estar desarrollándose programas muy similares impulsados por distintas administraciones públicas.

Uno de ellos es éste que estamos realizando, dentro del programa EQUAL Almería Emprende. Desde la Universidad se han puesto en marcha algunos trabajos de investigación, uno de ellos orientado a conocer la imagen social y los hábitos deportivos de l@s almerienses que ayuda a conocer cómo se perciben los Juegos y cómo se estructura la práctica deportiva de l@s ciudadan@s y que ha dado origen a una publicación. En esta publicación se indica que el/la almeriense practica actividad deportiva en un 47,1%, nivel de

práctica muy superior al de los españoles cuya media se sitúa en un 39% según la encuesta de hábitos deportivos realizada en 2000.

Otro de los estudios que se está llevando a cabo desde la Universidad y el Ayuntamiento de Almería, es el “Estudio sobre las posibilidades de creación de actividad empresarial que se puedan derivar de la gestión de las Instalaciones Deportivas del Excelentísimo Ayuntamiento de Almería (las actuales y las que se construyan para los Juegos del 2005) y de las actividades que se desarrollarán con motivo de tal acontecimiento”.

En materia de formación se han puesto en marcha iniciativas para mejorar la formación de los agentes deportivos, aunque principalmente ha estado dirigida hacia los gestores deportivos. Las iniciativas llevadas a cabo en Almería, muy orientadas al personal que trabajará en los Juegos Mediterráneos, han sido:

- La realización de un Master en Dirección de Entidades e Instalaciones Deportivas, en la Universidad de Almería y con apoyo de la Diputación Provincial de Almería.
- La realización de un Congreso Internacional sobre Turismo y Mediterráneo, que se llevó a cabo en el 2000 en Almería y en el que se desarrolló un panel sobre “El deporte como tradición, afición y espectáculo en la Cuenca Mediterránea. Su repercusión para el Turismo”.
- La realización de los cursos de formación puestos en marcha desde el Instituto Andaluz del Deporte a través de su programa anual, entre los que cabe citar, los que se realizan en Almería, como:
 - La explotación comercial de las instalaciones deportivas.
 - Curso para la habilitación de responsables de la recogida de muestras en controles de dopaje en el deporte.

- Jornadas de arquitectura y deporte: XV Juegos del Mediterráneos Almería 2005.
- El área de comunicación en organizaciones deportivas.

Otras de las actividades que en materia de formación se han desarrollado son:

- La realización del Encuentro Periodistas Deportivos Mediterráneos.
- El programa de formación para el voluntariado, que se desarrolla con la Universidad de Barcelona Virtual. Este programa se compone de:
 - Un CD de información general sobre los Juegos Mediterráneos, cuyos objetivos son:
 - Servir como primer paso de la captación de voluntari@s.
 - Sensibilizar a la población de Almería (ciudad y provincia) con la celebración de los Juegos Mediterráneos.
 - Dar información sencilla, rápida y amena sobre los Juegos.
 - Servir como inicio de una "campaña de generación de expectativas" respecto a los Juegos.
 - La adaptación del CD a una acción formativa on-line, creando el VirtuAlmería 2005 cuyos objetivos son:
 - Permitir a la plantilla del COJMA el acceso a servicios de formación avanzados y flexibles de elevada calidad.
 - Convertir a **VirtuAlmería 2005** en una plataforma que facilite la creación, actualización y difusión del conocimiento (ideas, procedimientos, estrategias, visión y misión de los juegos, etc.) entre toda la red de emplead@s y voluntari@s.
 - Generar un valor añadido a todo voluntario de los Juegos por el solo hecho de serlo.
 - Crear un sentido de pertenencia al Comité Organizador.
 - Crear un hábito de conexión entre todo el voluntariado que facilite y se tome como punto de referencia con todo lo relacionado con los Juegos Mediterráneos Almería 2005.

- Optimizar la inversión en formación realizada por el COJMA mediante la eliminación de costes y la optimización de recursos (minimización de viajes, desplazamientos, dietas, horas no trabajadas, etc.) (*Value for Money*).
- Fidelizar a la red de voluntarios mediante la oportunidad de acceso a un plan de formación propio y con titulaciones acreditadas (*Value for Time*).

Creemos que el conjunto de las entidades públicas y privadas almerienses deberán realizar convocatorias de programas, tanto en formación como en apoyo a la creación de empresas y mejora del empleo específicas, en función de las áreas donde mayor demanda va a existir de profesionales como son:

- Técnicos (o empresas) cualificados en mantenimiento de equipos e instalaciones.
- Informática y mantenimiento de redes.
- Traducción e interpretación (teniendo en cuenta los idiomas que se hablarán en los Juegos: francés, inglés, árabe, etc.), no sólo para los Juegos sino en la apuesta por las relaciones con los países mediterráneos y en el comercio con los mismos, así como por la llegada de inmigrantes.
- Transporte tanto de taxi, autobuses como vehículos con chofer, puesto que los movimientos de personas serán importantes durante el periodo de celebración de los Juegos.
- Catering, dado el alto volumen de comidas que se servirán durante la celebración de los Juegos.
- Guías turísticos que cubran la demanda de ocio cultural y turístico que se pueda generar.
- Mensajerías, telefonía móvil, etc. para apoyar a periodistas, miembros de los Comités de los países y de las delegaciones de los mismos.

Así mismo, se hace necesaria una Jornada dirigida a la población, en la que se transmitan las virtudes de la práctica deportiva (salud, bienestar, etc.) y las oportunidades que se generan a partir de los Juegos Mediterráneos, puesto que el aumento de la oferta de instalaciones y las vivencias deportivas que se tengan con la celebración de los Juegos, se traducirán en aumentos de demanda.

Así, el aumento de la demanda a nivel de práctica deportiva necesitará de empresas, asociaciones y/o profesionales que den una oferta de calidad y adecuada a las nuevas exigencias de l@s demandantes.

Las mujeres y los inmigrantes deben ser así mismo, sectores a los que se dote de convocatorias específicas, proponiendo por ejemplo un programa de ayudas a la creación de empresas de deportes de aventura en el medio natural promovidas por mujeres o la formación de técnicos en mantenimiento de depuradoras de piscinas para población inmigrante, ... Es decir, se hace fundamental un apoyo como discriminación positiva para sacar adelante proyectos empresariales entre la población más desfavorecida.

7.MEDIDAS DE FINANCIACIÓN

El Instituto de Fomento de Andalucía (IFA), organismo adscrito a la Junta de Andalucía, establece una serie de instrumentos de apoyo a la financiación de las inversiones en activos fijos, tanto materiales como inmateriales, que necesiten realizar los emprendedor@s, para la creación y/o consolidación de sus empresas.

Existen distintos Tipos de Ayudas:

- Ayudas Reembolsables: Préstamos a largo plazo a tipo de interés 0 en los que la garantía principal es el propio proyecto empresarial. La cuantía máxima llega al 60% de la Inversión. Subvencionable, con un máximo de 360.000 euros para emprendedor@s (creación de empresas) y de 600.000 euros para el resto de los beneficiarios.
- Bonificaciones de Tipo de Interés: Reguladas por el Convenio Junta de Andalucía y Entidades Financieras. Pueden llegar hasta 5 puntos de interés, con un máximo de 600.000 euros. El importe del préstamo tomado como base para la bonificación no podrá superar el 75% de la Inversión Subvencionable.
- Subvenciones Directas a la Inversión: Hasta el 35% de la Inversión Subvencionable, con un máximo de 210.000 euros para emprendedor@s y de 600.000 euros para el resto de beneficiari@s.
- Préstamos BEI (Banco Europeo de Inversiones): Reguladas por el Convenio suscrito por el IFA con el Banco Europeo de Inversiones, son préstamos a largo plazo e interés bonificado, que requieren el aval de una entidad financiera. Se establece una cuantía máxima del 50% de la Inversión Subvencionable, con un máximo de 2.400.000 euros.

La suma de las Ayudas a un mismo Proyecto no podrá superar los 360.00 euros, en el caso de emprendedor@s, y los 600.000 euros para el resto de las modalidades de actuación del Programa.

La determinación del tipo de ayuda y su cuantía vendrán determinadas, entre otros, por los siguientes criterios de valoración:

- Creación de Empleo.
- Tecnología e Innovación.
- Consumo de inputs regionales.
- Ámbito del mercado.
- Singularidad e interés del proyecto o de la empresa.
- Áreas de interés prioritario en la estrategia regional de desarrollo económico.
- Actividad económica inducida y de demostración.
- Pertenencia a una Acción de Fomento (instrumento a través del cual el IFA impulsa, dinamiza e incentiva proyectos empresariales en áreas geográficas o en sectores de producción incorporados a su estrategia de desarrollo regional).

Además, el IFA pone a disposición de l@s emprendedor@s y empresari@s de Andalucía, el Convenio Junta de Andalucía y Entidades Financieras: **Convenio Financiación PYME**, destinado a favorecer la creación de empleos y empresas en la región andaluza. El objetivo de este Convenio es facilitar a las PYMES de Andalucía el acceso a la financiación externa en las mejores condiciones de tipo de interés, plazo y comisiones, con la finalidad de posibilitar la potenciación y el mantenimiento de la actividad productiva y la creación y mantenimiento del empleo en Andalucía. El volumen total que las Entidades Financieras destinarán a las distintas líneas de financiación de las PYMES alcanza los 360 millones de euros.

Las operaciones podrán ser de préstamo o de leasing mobiliario y tendrán como finalidad financiar proyectos de inversión en activo fijo y otros ligados a

la inversión fija inicial. El tipo de interés de las operaciones acogidas al presente Convenio podrá ser fijo o variable. Los valores máximos de dicho tipo son los siguientes:

Interés Fijo:

- Préstamos:

- . Operaciones con plazo menor o igual a 5 años: 4'05%.
 - . Operaciones con plazo mayor de 5 años y menor o igual a 7: 4'25%.
 - . Operaciones con plazo mayor de 7 años y menor o igual a 10 : 4'45%.
- Leasing mobiliario: 4'45%.

Interés Variable:

- Préstamos: EURIBOR + 1'25%.
- Leasing mobiliario: EURIBOR + 1'50%.

A efectos de cálculo de subvención el plazo máximo de las operaciones será de 10 años para los préstamos y de 7 años para las operaciones de leasing. En ambos casos existirá la posibilidad de que lleven incluidos hasta dos años de carencia. (Para una mayor información pueden consultarse las bases de este convenio, publicadas en el BOJA nº 149, de 5 de Agosto de 2.003).

Dentro del Programa Andaluz para el Fomento de la Economía Social, de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía, y en la línea seguida por el Plan de Desarrollo Regional para Andalucía 2.000 – 2.006, se establecen unas medidas de financiación cuyo objeto es apoyar proyectos de creación de nuevas empresas de economía social (Cooperativas y Sociedades Laborales), mediante subvenciones a la inversión.

A través de estas medidas se podrán subvencionar los siguientes conceptos:

- Inversiones en activos fijos.
- Materia Prima.
- Elementos y conjuntos incorporables.
- Gastos de acondicionamiento y adaptación de instalaciones e inmuebles.

Los importes máximos de las subvenciones a conceder serán los siguientes:

- Con carácter general, hasta el 50% del importe de los conceptos subvencionables.
- Con carácter específico, hasta el 65% del importe de los conceptos subvencionables en los siguientes casos: empresas en las que, en el momento de la solicitud, concurren determinadas condiciones (estar formadas por un mínimo de tres soci@s, que contemplen una jornada laboral máxima de 35 horas semanales y que la mayoría de l@s soci@s sean menores de 35 años y/o mujeres) y cooperativas de segundo grado compuestas por cooperativas de trabajo asociado.

También se pretende fomentar la inserción ocupacional en empresas de economía social, mediante la concesión de subvenciones al empleo asociado. Sus beneficiarios son cooperativas y sociedades laborales que vayan a incorporar a jornada completa, como socios trabajadores o de trabajo, a personas que no hayan ostentado con anterioridad tal condición en la misma sociedad y en quienes, en la fecha de solicitud de la subvención, concorra alguna de las siguientes circunstancias:

- Menores de 25 años inscrit@s como demandantes de empleo.
- Menores de 30 años inscrit@s como demandantes de empleo, que no tengan acumulada una experiencia laboral superior a 180 días.
- Mayores de 45 años inscrit@s como demandantes de empleo.
- Desemplead@s en general, que acrediten, al menos, un año ininterrumpido de permanencia como demandante de empleo.
- Mujeres desempleadas que acrediten, al menos seis meses ininterrumpidos de permanencia como demandantes de empleo y se incorporen al mercado laboral después de un período de ausencia mínimo de tres años.

- Trabajador@s a quienes se haya reconocido el abono de la prestación por desempleo en su modalidad de pago único.
- Minusválid@s, con reconocimiento de tal condición, inscrit@s como demandantes de empleo.

La incorporación de soci@s que cumplan las condiciones establecidas en el punto anterior se subvencionará con las siguientes cuantías máximas:

- 3.000 euros por soci@.
- 9.000 euros por soci@ con minusvalía reconocida.

También se establecen ayudas para la bonificación en los intereses de las operaciones de préstamos que se realicen para el inicio de la actividad, hasta un máximo de 3.006 euros.

LAS NECESIDADES QUE REQUIEREN LAS INFRAESTRUCTURAS GENERADAS POR LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS.

Las inversiones públicas y privadas que se realizan en infraestructuras con la celebración de un evento de la magnitud de los Juegos Mediterráneos, son muy importantes, y lo son también las que se hacen en las instalaciones y equipamientos deportivos.

Los costes totales de los Juegos Mediterráneos Almería 2005 se han cifrado en 101.186.397,89 €uros, de los que 33.800.920,75 € serán costes de organización y 67.385.477,14 € de infraestructuras.

Previsión de costes de los Juegos Mediterráneos 1999-2005

	Costes de organización⁴	Inversiones en infraestructuras	Total
1999	0,00	3.990.720,37	3.990.720,37
2000	0,00	6.112.293,10	6.112.293,10
2001	926.159,65	29.348.623,08	30.274.782,73
2002	1.556.621,35	2.071.087,71	3.627.709,06
2003	2.919.115,79	5.101.991,75	8.021.107,54
2004	7.640.666,88	10.380.681,07	18.021.347,95
2005	20.758.357,07	10.380.681,07	31.139.038,14
Total	33.800.920,75	67.386.078,16	101.186.998,91

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía

El presupuesto de gastos de los Juegos se ha distribuido tal y como se muestra en la siguiente tabla, siendo los gastos de personal y de adaptación de las infraestructuras e instalaciones los que mayor porcentaje representan.

Presupuesto de Gastos de los JJMM Almería 2005

Costes de personal	8.708.665,39
Adaptación de infraestructuras e instalaciones	7.031.841,62
Pruebas deportivas	3.594.052,38
Ceremonias y actos culturales	1.382.327,84
Prensa y radiotelevisión	601.012,10
Tecnología	1.803.036,31
Servicios a la familia mediterránea	452.2015,07
Seguridad	601.865,54
Imagen y comunicación	1.650.950,20
Gestión comercial	745.255,01
Estructura de soporte	3.050.695,37
Gastos financieros	109.203,90
Total	33.800.920,75

Fuente: COJMA

⁴ A pesar del dato que se muestra de los años 1999 y 2000, entendemos que si hubo costes de organización en este periodo, ya que a partir del 13 de octubre de 1999, fecha en que se liquida la

El Ayuntamiento de Almería a través de la Concejalía de Deporte y de su Patronato Municipal de Deportes, ha elaborado un plan de choque destinado a reparar, mantener y conservar las Instalaciones Deportivas Municipales, lo que implica que para el 2004 los presupuestos se tengan que doblar en la partida correspondiente. Este dato viene a corroborar las necesidades de gasto que se generan en las instalaciones deportivas, no sólo en lo correspondiente a su inversión, sino también en el mantenimiento de las mismas. Este esfuerzo deberá prolongarse en años posteriores, puesto que los eventos deportivos, y en consecuencia las instalaciones donde se llevan a cabo, generan gastos en función de varios momentos:

- De manera previa, en lo relativo a gastos de funcionamiento y sobre todo gastos de equipamiento. Cuando son inversiones masivas tienen los efectos indirectos e inducidos más importantes.
- El desarrollo del evento y años posteriores, en los que se generan gastos de funcionamiento y gastos ligados a la llegada de consumidores externos (turistas, periodistas,...).

8. SISTEMAS DE GESTIÓN Y PARTICIPACIÓN. PROPUESTA DE MODELOS EN LAS INFRAESTRUCTURAS GENERADAS POR LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS.

Ya hemos comentado a lo largo del estudio que los modelos de gestión de instalaciones deportivas y de infraestructuras públicas en general, en la provincia almeriense son modelos centrados en la gestión directa.

En lo que se refiere al deporte, algunos Ayuntamientos de la provincia han adoptado modelos de gestión directa a través de Organismos Autónomos como el Patronato de Deportes de Almería y el Instituto Municipal de Deportes de El Ejido.

Entidades prestadoras del servicio deportivo en los Ayuntamientos sede y subsede de los JJMM

Sede o subsede	Forma de Gestión
Almería	Patronato Municipal de Deportes
Cuevas del Almanzora	Concejalía de Deportes
El Ejido	Instituto Municipal de Deportes
Huércal de Almería	Concejalía de Deportes
Gádor	Concejalía de Deportes
Roquetas de Mar	Concejalía de Deportes
Vícar	Patronato Municipal de Deportes

Fuente: elaboración propia

La gestión de sus instalaciones es una gestión directa, exceptuando algún caso puntual que ya hemos comentado de concesión administrativa, aunque en algunos casos se ha cedido el uso a entidades deportivas menores como clubes deportivos, especialmente en las instalaciones de fútbol, que son las que cuentan con mayor tradición en este sentido.

Por tanto, el tejido asociativo y empresarial almeriense en cuanto a experiencia en la gestión de instalaciones y programas es prácticamente nula, lo que va a exigir que se haga un esfuerzo en este sentido y acercar a las entidades privadas, más adaptables a los cambios y necesidades del mercado, a una posible intervención que pueda ayudar a la generación de empleo en un sector, que lo va a necesitar dado el número de instalaciones deportivas creadas.

Un resumen de los modelos de gestión que se pueden llevar a cabo en las instalaciones deportivas son los que resumimos a continuación.

+ GESTIÓN DIRECTA	
1. Gestión por la propia Entidad local	<p>a) Sin órgano especial de administración.</p> <p>El Ente local asume su propio riesgo y ejerce sin intermediarios y de modo exclusivo todos los poderes de decisión y gestión, realizando el servicio mediante funcionarios de plantilla y obreros retribuidos, con fondos del presupuesto ordinario.</p> <p>No existe autonomía respecto a la Corporación, carece de personalidad jurídica propia y no permite la participación de entidades ciudadanas, deportivas o no, en la gestión.</p> <p>b) Con órgano especial de administración.</p> <p>Goza de autonomía financiera al disponer de un presupuesto propio. La Administración titular ejerce un control directo sobre el órgano. Carece de personalidad jurídica propia, aunque posee unos órganos de gestión propios.</p>
2. Fundación Pública de servicio	<p>Organismo Autónomo local con personalidad jurídica propia y personal independiente al Ente local.</p>
3. Sociedad privada municipal o provincial	<p>Sociedad mercantil cuyo accionariado pertenece íntegramente a la Entidad local de la que depende.</p>

● **GESTIÓN INDIRECTA**

La plasmación jurídica de este acto administrativo se realiza previamente mediante el Pliego de Condiciones. Se trata de un documento en el que deberán aparecer con una claridad meridiana todos los aspectos y condiciones vinculados a la adjudicación; desde la denominación del servicio a prestar, hasta el posible vestuario del personal.

- a) Concesión. Consiste en dejar por un periodo de tiempo la gestión del servicio en su globalidad a riesgo del concesionario. La Entidad ejercerá funciones de intervención y control de la actividad o servicio deportivo. La concesión no podrá ser cedida o traspasada a terceros sin el consentimiento de la Administración. Ej. Instalación deportiva a club; bar a una empresa.
- b) Arrendamiento. Puede ser de instalaciones o de servicios. No puede exceder de 10 años. Y mantiene gran similitud con la Concesión, diferenciándose en el mayor grado de colaboración del concesionario en la gestión del servicio deportivo, frente al arrendatario.
- c) Concierto. Prestación de un servicio municipal entre el Ente local y otros entes, públicos o privados, e incluso particulares, basado en la utilización de los servicios ya existentes, de unos y otros. La Administración abona el servicio, no los usuarios y mantiene la propiedad de los bienes aportados para la gestión del servicio deportivo. Suele plasmarse mediante un Convenio o Consorcio (convenio entre Entidades públicas), documento que deberá contener aspectos tales como: Objeto, Contenido, Duración, Contraprestaciones, Lugar, Derechos y Obligaciones, Subvenciones o Canon, Tarifas, Personal necesario, Prórrogas, Sanciones y Rescisión, Comisión de Seguimiento, etc. Ej. Escuelas deportivas desarrolladas por Federación deportiva madrileña o club.
- d) Gestión interesada. La prestación del servicio deportivo se realiza por una entidad gestora a cambio de una participación en los resultados de la explotación u otra fórmula de contraprestación. El Ente local asume los riesgos (beneficios o pérdidas).

● **GESTIÓN MIXTA**

Se realiza a través de Sociedad mercantil y cooperativas cuyo capital social sólo pertenece parcialmente a la Entidad local.

9. PERSPECTIVA DE GÉNERO E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.

Antes de analizar en profundidad las perspectivas que el desarrollo del sector empresarial puede tener para la mujer, conviene hacer un repaso sobre la situación actual de éstas y sobre todo en vinculación con la creación de empleo y su sistema empresarial.

Los datos de población y actividad económica en función del sexo, permite ver las diferencias existentes.

En primer lugar, el porcentaje de mujeres almerienses afiliadas a la seguridad social en 2001, representaba un 37,18%, la segunda provincia andaluza con menos mujeres afiliadas, siendo Cádiz la única que se sitúa por detrás. Esto ya nos hace intuir que se ha de dar un impulso a las políticas de promoción de empleo de las mujeres almerienses, así como a las de inmigración, al ser Almería una provincia con un 3% de población inmigrante en el año 2001.

Por ello cabe analizar tanto los datos referidos tanto a los activos, ocupados, población desempleada así como las condiciones de trabajo, datos que a través del marco comparativo nos permiten ver las igualdades y desigualdades existentes y poder de este modo ver posibles campos de actuación en la igualdad de oportunidades.

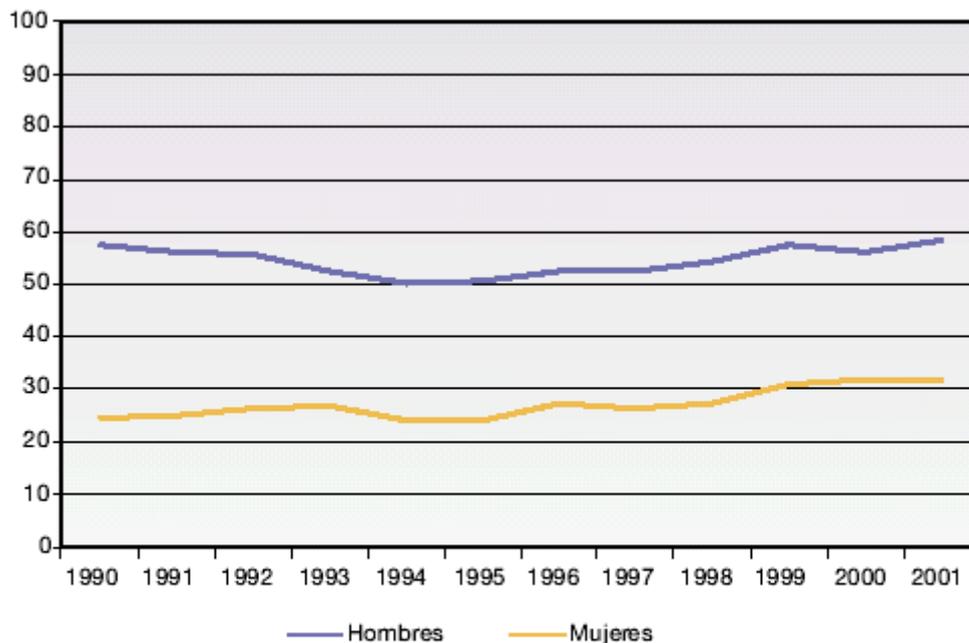
Evolución de la población de 16 y más años según relación con la actividad y sexo. (media anual) (miles de personas).

	1996		2001	
	Almería	Andalucía	Almería	Andalucía
Mujeres				
Activos	72,7	1.011,1	81,5	1.116,7
Ocupados	51,6	590,9	65,1	763,6
Parados	21,2	420,2	16,4	353,1
Inactivos	116,7	1.883,2	123,6	1.919,2
Población contada aparte*	-	-	-	-
Total	189,4	2.894,3	205,1	3.035,9
Hombres				
Activos	111,0	1.686,5	117,1	1.789,0
Ocupados	92,6	1.231,4	107,2	1.499,6
Parados	18,5	455,1	9,9	289,4
Inactivos	64,0	976,4	65,9	1.011,5
Población contada aparte*	1,9	33,9	0,5	9,6
Total	176,9	2.696,8	183,5	2.810,1

FUENTE: IEA. Explotación de la Encuesta de Población Activa del INE

*Personal que realiza el servicio militar.

Evolución de la tasa de empleo por sexo* 1990-2001 (porcentaje)



FUENTE: IEA. Explotación de la Encuesta de Población Activa del INE

*Tasa de empleo: cociente expresado en porcentaje entre población ocupada y la población de 16 y más años.

En 2002 la tasa de ocupación de las mujeres en Almería fue la segunda más alta de la Comunidad andaluza con un 27,5, sólo por detrás de Sevilla con un 29,6. La media andaluza se situó en un 29,4, mientras que la española se situó en un 35,5. Es por tanto una cifra que ha de llevar a hacer un mayor esfuerzo en empleo y mujer, porque a pesar de estar muy bien con respecto a Andalucía, se está muy mal con respecto a la media española.

Las ramas de actividad en que las mujeres almerienses se encuentran ocupando la mayoría de puestos de trabajo son (2001): 1. la agricultura, ganadería, caza y actividades de los servicios relacionales con las mismas, donde se ocuparon 24.098 mujeres, así como en 2. el comercio al por mayor. Las actividades en que las mujeres superan a los hombres son estas dos, además de la industria textil, la de la confección y peletería, educación, actividades sanitarias y veterinarias y servicios sociales, así como actividades diversas de servicios personales y hogares que emplea a personal doméstico.

Las tasas de feminidad en hogares que emplean a personal doméstico son las más altas de toda la comunidad andaluza con un 707,55. Lo mismo sucede en las actividades asociativas y en educación.

También llama la atención que respecto a las tasas de feminidad en la agricultura, ganadería, caza y actividades de los servicios relacionadas con los mismos, Almería es la que menor tasa tiene, estando sólo por debajo de los hombres Cádiz y Almería.

MEDIDAS ADOPTADAS EN ALMERÍA PARA LA PROMOCIÓN DEL EMPLEO EN LA MUJER.

Las medidas que se han puesto en marcha para la promoción de empleo en la mujer, en Almería son numerosas, algunas de ellas fomentadas desde distintas instituciones.

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ EQUAL</p>	<p>■ Dentro del programa EQUAL a nivel Andaluz existen proyectos dirigidos a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Conciliar la vida familiar y profesional cuyos proyectos son: co-labora.com, filón, odisea, ciudades y personas emprendedoras por la igualdad. ◆ Reducir las desigualdades de género cuyos proyectos son: ITACA, empleo e igualdad en clave local, Andalucía en e-igualdad, DIDO, construyendo futuro: una oportunidad de empleo a las mujeres. 	
<p>→ Promovidas por la Junta de Andalucía</p>	<p>Desde la Junta de Andalucía, en concreto desde el Instituto Andaluz de la Mujer, existen varias iniciativas relacionadas con el empleo y la igualdad de oportunidades para la mujer, de entre las que destacamos las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. OPEM. Servicios de orientación y preformación para el empleo. Estos servicios ofrecen información laboral, orientación profesional, técnicas de búsqueda de empleo, orientación para el autoempleo y animación a las nuevas tecnologías. En Almería existen centros OPEM en dos de las localidades subsedes de los Juegos Mediterráneos, como son Cuevas de Almanzora y Vicar. 2. VIVEM. Servicio de acompañamiento a la creación y mejora de empresas. Son servicios provinciales especializados en el acompañamiento a la iniciativa empresarial de las mujeres, que funcionan desde 1996 y desde los que se ofrece información, asesoramiento, formación y acompañamiento para la creación de empresas y la mejora de la actividad empresarial y/o autónoma de las mujeres andaluzas. Dicho programa se encuentra incluido en los presupuestos de la CCAA a través de un proyecto de empleo, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, dentro del Marco de Apoyo Comunitario del periodo 2000-2006. <p>En los centros VIVEM existe un “seminario mentoring empresa tutora”, basado en un pacto entre una empresaria con experiencia y otra que comienza su actividad empresarial.</p> <p>Cuenta con un programa de subvenciones anual para la creación, consolidación y mejora de PYMES en la CCAA de Andalucía, destinado a las mujeres que han participado en los itinerarios formativos de los centros VIVEM o que hayan desarrollado en el marco de estos centros su proyecto empresarial. Se trata de un apoyo que financia entre el 25 y el 65% de la inversión y se destina a empresarias autónomas o empresas participadas mayoritariamente por mujeres.</p>	<p>El conjunto de subvenciones previstas, en concepto de convocatorias en favor de la mujer son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subvenciones cualifica para mujeres víctimas de la violencia acogidas a programas de formación profesional ocupacional • Creación y mejora de empresas • Subvenciones a asociaciones de mujeres • Ayudas económicas a víctimas de violencia • Subvenciones para el programa OPEM • Subvenciones a centros municipales de información a la mujer

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ Promovidas por la Junta de Andalucía</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="461 453 1688 596">3. OPTIMA. Servicio de asesoramiento en igualdad a las empresas. Programa promovido por el IAD en colaboración con las centrales sindicales de Unión General de Trabajadores y Comisiones Obreras de Andalucía, su objetivo es incidir en la Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres a través de una estrategia de optimización de los recursos humanos en las empresas, desencadenando un proceso social favorable a la igualdad de género. <li data-bbox="461 644 1688 820">4. UNIVERTECNA. Unidades de orientación para el empleo de la población universitaria. Son servicios de orientación y acompañamiento al empleo para universitarias, especialmente para aquellas que cursan carreras técnicas y experimentales. Incluyen orientación laboral, formación complementaria en idiomas, informática y habilidades directivas, viajes a empresas de la Unión Europea y prácticas en empresas locales. En el curso 2002/03 se van a llevar a cabo programas de formación promovida por estas unidades en Almería. <li data-bbox="461 868 1688 1187">5. Programa MUJER Y AGRICULTURA. El programa "Mujer y Agricultura" está promovido por el Instituto Andaluz de la Mujer y la Consejería de Agricultura y Pesca y cuenta también con el apoyo del Fondo Social Europeo a través del Marco Comunitario de Apoyo 2000-2006. Su objetivo es ampliar la oferta de formación profesional ocupacional para las mujeres que habitan en zonas rurales con la finalidad de facilitar su incorporación a la formación y al empleo, así como mejorar la cualificación de las trabajadoras. Algunos ejemplos de los temas tratados han sido: Gestión de Empresas Agropesqueras, Elaboración y Control de la Calidad del Aceite de Oliva o del Vino, Elaboración Artesanal de Quesos, Arte Floral, Recuperación de Cerámica Artesanal y Emprendedoras de Actividades de Turismo Rural. Hasta el año 2002 se han celebrado 224 cursos, con un total de 18.099 horas formativas, en los que han participado 3.587 mujeres procedentes de zonas rurales. <li data-bbox="461 1235 1688 1315">6. CUALIFICA. Servicio de formación y acompañamiento al empleo de mujeres que han sufrido violencia doméstica. Programa del Instituto Andaluz de la Mujer en colaboración con la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico. 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1706 453 2123 580">• Subvenciones a entidades sin ánimo de lucro para la atención a mujeres en situación de riesgo. <li data-bbox="1706 596 2123 820">• Subvenciones OPTIMA, para aquellas empresas que tengan previsto desarrollar o estén ejecutando proyectos que incluyan acciones positivas a favor de la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres.

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ Promovidas por la Junta de Andalucía</p>	<p>7. La iniciativa comunitaria EQUAL. En el marco de la estrategia Marco Comunitaria en materia de igualdad entre mujeres y hombres, el Instituto Andaluz de la Mujer ha puesto en marcha el programa “construyendo futuro: una oportunidad de empleo para las mujeres”, que busca la diversificación profesional y la reducción de la segregación de las mujeres en el sector de la construcción y ha participado en otras iniciativas como:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. ITACA-Empleo e igualdad en clave local. b. ARENA, con el objetivo de fomentar la participación en igualdad de la población inmigrante residente en Andalucía, principalmente en el ámbito laboral, que se desarrolla en Almería, Huelva y Cádiz. 	
<p>→ Promovidas por la Diputación de Almería</p>	<p>La Diputación de Almería promueve acciones dirigidas principalmente a la formación, aunque cuenta con alguna iniciativa de carácter empresarial. Las acciones promovidas desde la Diputación se han centrado en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Formación profesional ocupacional, con el objetivo de mejorar la ocupabilidad de las mujeres; promoción de empresas, con el objetivo de fomentar la creación de empresas y mantenimiento de las empresas de mujeres y subvenciones a asociaciones de mujeres, algunas de las cuales realizan actividades de formación. 2. Promoción empresarial, a través de los programas: <ul style="list-style-type: none"> • “Mujer promociona tu empresa”, espacio en la red para la promoción de las empresas, que consiste en la puesta en marcha de una web desde la que se promocionarán las empresas creadas por mujeres de la provincia almeriense, cuya creación está prevista de aquí a un año y sobre la que ya se está recogiendo información por la red. • Programas de experiencias rurales, el programa “Clara”, el programa “Más cerca” y el programa “Ceres”. Los dos primeros inciden directamente en los aspectos relacionados con la ocupabilidad e inserción laboral, aunque el programa “Más cerca” se desarrolla en municipios en los que no se celebran actividades durante los Juegos Mediterráneos. 	

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ Promovidas por la Junta de Andalucía</p>	<p>El programa CLARA es un programa comunitario cuyo objetivo se centra en fomentar la cualificación y la formación de mujeres para la integración y/o inserción laboral, con cuatro fases: motivación, orientación profesional, formación ocupacional y búsqueda de empleo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa de creación de empresas desde el que se presta asesoramiento a mujeres emprendedoras para la puesta en marcha de sus empresas así como de ayudas y subvenciones, previa cita. <p>Se ha creado un acceso a través de la página web www.dipalme.org, en el que se informa de los trámites más usuales para la puesta en marcha tanto de sociedades como para convertirse en empresaria individual.</p> <p>3. Además, el Servicio provincial de mujeres presta asesoramiento al personal técnico y político de los Ayuntamientos de la provincia, para el desarrollo de acciones de igualdad, existiendo una convocatoria de subvenciones. Entre las concedidas para el 2003, tan sólo en el Ayuntamiento de Dalías se ha promovido una directamente relacionada con el empleo, al organizarse las “I Jornadas sobre la incidencia de la mujer en el mundo laboral, la cultura, el arte y la política”.</p> <p>4. Señalar también la existencia de la Asociación de Mujeres Empresarias (ALMUR) de Almería.</p>	
<p>→ Promovidas por el Ayuntamiento de Roquetas de Mar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CIM (Centro de Información Municipal): centro que se constituye con el objetivo de disponer de un espacio donde las mujeres sean informadas de sus derechos y como lugar de encuentro a la participación. • Cuenta con un servicio laboral y de fomento al empleo para mujeres centrado en: <ul style="list-style-type: none"> ♦ orientación y técnicas de búsqueda de empleo ♦ asesoramiento en autoempleo, formas mercantiles de crear empresas ♦ orientación y gestión de subvenciones 	

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ Promovidas por el Instituto de la mujer.</p>	<p>1. En programas de formación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ NOVA, formación innovadora para mujeres ◆ CLARA: dirigido a mujeres víctimas de violencia de género, responsables de núcleos familiares, mayores de 45 años sin titulación, con discapacidad, inmigrantes, pertenecientes a minorías étnicas y reclusas ◆ Programas de formación profesional ocupacional ◆ Seminarios de orientación para la búsqueda de empleo <p>2. Programas de apoyo para el fomento de la actividad empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ programas de apoyo empresarial: con el objetivo de promover el autoempleo y la actividad empresarial de las mujeres. Se desarrolla en colaboración con el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, y en el que participa también el Instituto Nacional de Empleo. ◆ programa de ayudas emprender en femenino. Se conceden ayudas por un importe máximo de 6.010,12 €uros, dirigidas a fomentar la inserción laboral femenina por cuenta propia, para aquellas mujeres que se hayan constituido como trabajadoras autónomas o que hayan creado su propia empresa. Están cofinanciadas por el Fondo Social Europeo. <ul style="list-style-type: none"> - programa de financiación a proyectos empresariales: <ul style="list-style-type: none"> a) línea específica de financiación con el BCH: Las mujeres emprendedoras podrán disponer con exclusividad de una línea de crédito de hasta dos mil millones de pesetas. El importe podrá cubrir hasta el 70 % de la inversión prevista. Se establecen periodos de carencia para la amortización de los créditos y tipos de interés más favorables. Se prevé la concesión de un crédito rápido y una línea de descuento de papel comercial. 	

PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
<p>→ Promovidas por el Instituto de la mujer.</p>	<p>b) programa de microcréditos para mujeres emprendedoras y empresarias, en colaboración con la Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa, el Ministerio de Economía y la Caixa. En su ejecución también colabora la Fundación La Caixa y las siguientes Asociaciones de Empresarias: La Federación Española de Mujeres Empresarias (FEMENP), la Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora (FIDEM) y la Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa (OMEGA). Este Programa cuenta con la financiación del Fondo Social Europeo. Su objetivo es apoyar a las emprendedoras y empresarias en sus proyectos empresariales, facilitándoles el acceso a una financiación en condiciones ventajosas y sin necesidad de avales. La línea de crédito del Programa asciende a 6.010.121,04 €.</p> <p>3. Programas dirigidos a responsables de políticas de empleo y personal técnico.</p> <p>4. Programas de sensibilización y difusión. Su finalidad es concienciar a la sociedad en general y a los sectores empresariales y financieros de la importancia de contar con el potencial que las mujeres pueden aportar.</p>	

Por otra parte las empresas pueden disfrutar de una serie de **bonificaciones por la contratación de mujeres**, de las cuales podemos destacar principalmente las siguientes:

CONTRATACIÓN	BONIFICACIONES			
	1º año	2º año	3º y ss.	Mujer desempleada
Mujeres desempleadas entre 16 y 45 años	25%	25%	--	--
Mujeres contratadas para prestar servicios en profesiones con menor índice de empleo femenino, inscritas en la Oficina de Empleo mas de 6 meses o que sean > de 45 años.	70%	60%	--	--
Mujeres como el caso anterior, pero no inscritas o sean < de 45 años	35%	35%	--	--
Desempleados inscritos ininterrumpidamente durante al menos 6 meses	20%	20%	--	+10%
Desempleados > 45 y hasta los 65 años	50%	45%	45%	+10%

La mayor parte de estos programas y acciones se encuentran en vías de desarrollo aunque de algunos de ellos se cuenta con algunos resultados. Así, de los programas impulsados por la Cámara y el Instituto de la Mujer, en el programa de apoyo empresarial a la mujer, según la publicación Cámaras en su número 51-52 de agosto-septiembre de 2003, se han obtenido los siguientes datos:

- Los primeros seis meses de 2003, hubo 700 nuevas emprendedoras y se generaron 823 nuevos puesto de trabajo.
- Las actividades elegidas por las mujeres son:
 - Comercio al por menor
 - El 29% venta de prendas de vestir, equipamiento del hogar, droguería y artículos de regalo.
 - Servicios personales (instalaciones de belleza, peluquería,...) en un 92%.
- En cuanto a la forma jurídica, el 68% fueron empresas individuales y el 15% sociedades de responsabilidad limitada.
- El perfil de las mujeres es el de mujeres mayores de 25 años en paro y con estudios secundarios universitarios.

En el marco del Proyecto Equal “Almería Emprende” se ha llevado a cabo la elaboración de un Manual General y una Guía Específica de integración de la perspectiva de género en el fomento del espíritu empresarial y aplicación a las medidas del proyecto.

En estos Manual y Guía se hace referencia a que al llevar a cabo una planificación de actuaciones o proyectos que incorpore la perspectiva de género, deberá contribuir a alguna de las áreas de resultados que figuran a continuación como ejemplos (clasificación no cerrada):

1. La igualdad y la eliminación de desigualdades.
2. La participación en el proceso grupal.
3. La incorporación de grupos poco representados.
4. La mejora de la calidad de vida.
5. La comunicación.

La planificación con enfoque de género debe estar inspirada en estos ***principios***:

- a) El desarrollo humano y sostenible centrado en las personas.
- b) El análisis desde la perspectiva de género.
- c) La participación activa de la población.

LOS PLANES DE IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA LAS MUJERES EN LA PROVINCIA DE ALMERÍA

El Primer Plan de Igualdad de oportunidades para las mujeres de la Provincia de Almería (1998-2000) se estructuró en cinco áreas de intervención, fijándose los objetivos generales a perseguir y su desarrollo a través de diversos programas con sus correspondientes acciones.

II Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres de la Provincia de Almería (2001-2003)

I. Área de Participación.

Objetivo General: Impulsar cambios sociales que contribuyan a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Objetivo: Contribuir a una adecuada difusión de la imagen de las mujeres.

II. Área de Promoción Laboral y Desarrollo Económico.

Objetivo General: Promover el acceso, la permanencia y la promoción de las mujeres en el mercado de trabajo.

Programa 1. Orientación e Inserción Profesional.

Objetivo: Facilitar la orientación y la inserción profesional de las mujeres.

Programa 2. Formación Profesional Ocupacional.

Objetivo: Mejorar la ocupabilidad de las mujeres.

Programa 3. Promoción de Empresarias.

Objetivo: Fomentar la creación y mantenimiento de las empresas de mujeres.

Programa 4. Igualdad de Oportunidades en la Empresa.

Objetivo: Fomentar la concienciación del tejido empresarial sobre la igualdad de derechos entre mujeres y hombres.

III. Área contra la Violencia.

ObjetivoGeneral: Promover medidas que contribuyan a prevenir y eliminar la violencia hacia las mujeres.

IV. Área de Participación.

Objetivo General: Fomentar y favorecer la participación de las mujeres en todos los ámbitos de la vida social.

V. Área de Acciones de igualdad con los Ayuntamientos.

Objetivo General: Promover la implicación de los Ayuntamientos de la provincia de Almería en el desarrollo del Principio de Igualdad.

VI. Área de Investigación y Estudio.

Objetivo General: Fomentar la investigación y el conocimiento sobre las mujeres.

AYUDAS ECONOMICAS ESPECÍFICAS

El Instituto de la Mujer ofrece asesoramiento para resolver cuestiones relacionadas con la gestión empresarial y las nuevas tecnologías. También ofrece, junto con la Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa(DGPYMES), un programa de microcréditos para ayudar en la financiación empresarial.

Programa de microcréditos.

El **Programa de Microcréditos** para mujeres emprendedoras y empresarias está promovido por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (DGPYME) del Ministerio de Economía y la Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona "La Caixa".

Colaboran en el funcionamiento de este programa la Fundación "La Caixa" y las Organizaciones Empresariales de Mujeres OMEGA, FEMENP y FIDEM mediante un Convenio de adhesión al Convenio principal.

El objetivo de este Programa consiste en financiar los proyectos empresariales de las mujeres a través de microcréditos con condiciones ventajosas y sin necesidad de avales. Una vez otorgado el microcrédito, se llevará a cabo un seguimiento de la marcha del negocio.

Para este fin, la Caixa establece una línea de crédito de 6.000.000 de euros.

Este programa está cofinanciado por el Fondo Social Europeo y se dirige a mujeres emprendedoras y empresarias que inicien su actividad o la hayan iniciado en un período inferior a un año y que presenten un plan de empresa según el modelo establecido y un certificado de validación emitido por alguna de las Organizaciones de Mujeres participantes en el programa.

Las mujeres interesadas en acogerse a este Programa de microcréditos deberán dirigirse a cualquiera de las Organizaciones de Mujeres Empresarias colaboradoras que actuarán como oficinas gestoras del mismo.

CONDICIONES

Importe máximo: 15.000 euros

Plazo de amortización: 5 años, más 6 meses de carencia optativos

Tipo de interés: 5% fijo durante toda la vida de la operación

Comisión de apertura: 0,50%

Comisión de cancelación anticipada: 0%

Financiación máxima: 95% del coste total del proyecto

En dichas oficinas se les proporcionará la información y asesoría necesaria así como el modelo de solicitud al que deberán acompañar un plan de empresa.

Una vez realizado el análisis técnico del plan de empresa, la Organización de Mujeres que haya actuado como oficina gestora emitirá, en su caso, un certificado de validación del proyecto.

A continuación, podrán dirigirse a cualquier oficina de la Caixa donde deberán presentar su proyecto empresarial, el certificado de validación así como cualquier otra documentación que le sea solicitada a fin de facilitar el estudio de su petición y la resolución de la misma.

Una vez otorgado el microcrédito, se llevará a cabo el seguimiento a la implantación y marcha del negocio mediante la actuación de un consultor.

Convenio entre el Ministerio de Trabajo y el Banco Central Hispanoamericano para ayudas a mujeres emprendedoras.

El objeto de este convenio es apoyar la financiación de aquellos proyectos de empresas en las que sus propietarias o accionistas mayoritarias sean mujeres. Las mujeres emprendedoras podrán disponer con exclusividad de una línea de crédito de hasta dos mil millones de pesetas.

PROPUESTAS DE ACTUACIÓN.

Por último, hay que reseñar una serie de propuestas de medidas que habría que implementar o fomentar para la integración de la perspectiva de género y la igualdad de oportunidades en el fomento del espíritu empresarial. Entre éstas podemos destacar:

SENSIBILIZACIÓN

Se trata de todas aquellas acciones dirigidas al conjunto de la población, orientadas a producir un cambio de actitud o de valores para la consecución del objetivo planteado.

DINAMIZACIÓN

Desde este nivel, las acciones irán encaminadas a fomentar la participación en el ámbito económico y social de los colectivos de mujeres, así como, al impulso y creación de este tipo de colectivos.

PREFORMACIÓN

Son acciones encaminadas a grupos de mujeres para potenciar determinadas actitudes y habilidades necesarias para el fomento del espíritu empresarial.

FORMACIÓN

Las acciones formativas dan lugar a la capacitación técnico/profesional de las mujeres, necesaria para el desarrollo de un proyecto empresarial.

ASESORAMIENTO

Se trata de acciones dirigidas a ofrecer a la mujer un servicio de asesoramiento y acompañamiento durante todo su proyecto empresarial de manera individualizado, por tanto teniendo en cuenta en todo momento su idea, recursos, posibilidades y actitudes.

4. PROPUESTA DE MEDIDAS A IMPLEMENTAR EN TORNO A LA CELEBRACIÓN DE LOS JUEGOS MEDITERRÁNEOS DE ALMERÍA 2005. SUPERACIÓN DE OBSTÁCULOS.

El análisis realizado en los puntos anteriores, nos ha situado en la realidad actual almeriense, gracias a lo cual hemos concretado algunas oportunidades que se generan en Almería, con la celebración de los Juegos Mediterráneos del año 2005.

En este punto vamos a incidir en los beneficios que se derivan de la celebración de los Juegos, para concluir con una serie de propuestas y medidas a implementar concretas, sobre la generación de actividades y empresas.

Previamente vamos a señalar algunas de las oportunidades que se encuentra en la literatura sobre el impacto de los Juegos en las sedes olímpicas en que se celebran, que según R. Cashman (2003) son:

- Alteraciones en el diseño de la ciudad.
- Cambios en el entorno físico y en las edificaciones.
- La representación de una ciudad, un país y su cultura.
- Mejoras en el transporte aéreo, terrestre y ferroviario.
- Promoción en la política y las relaciones políticas.
- Posible aumento del turismo y de la Promoción empresarial.
- Creación de nuevas instalaciones deportivas de uso comunitario.
- Posibilidad de una mayor promoción de la comunidad, por ejemplo mediante consultas e incluso protestas.
- La promoción de la comunidad a través del voluntariado.

Todos ellos son beneficios intrínsecos a la celebración de los Juegos. No hay que olvidar así mismo que los Juegos Mediterráneos dejan su legado, más o menos amplio, tanto en las sedes dónde se desarrollan, como en el conjunto de la provincia.

MEDIDAS A IMPLEMENTAR.

En este apartado vamos a concretar las oportunidades de creación de empresas y actividades que creemos surgen a raíz de la organización de los Juegos Mediterráneos Almería 2005. Hasta ahora hemos ofrecido todos los datos de interés a los que hemos podido acceder y los hemos presentado a lo largo del estudio, con la finalidad de contextualizar la situación actual y las posibilidades que pueden existir. Por ello, hemos ido apuntando a lo largo del estudio, algunas ideas que vamos a desarrollar en este punto, una vez vista la globalidad del sistema empresarial y económico almeriense y de las posibilidades que los eventos deportivos de nivel internacional generan.

Los apartados que desarrollamos a continuación, son los aspectos que creemos pueden ponerse en marcha en Almería, o bien que pueden ser impulsados de cara a la generación de actividades y empresas.

Ver como evoluciona esta acción en la ciudad de Almería, será fundamental para que otras subsedes de los Juegos puedan poner en marcha acciones similares. Pero pensamos que deberían plantearse con suficiente antelación para que puedan aprovecharse lo antes posible las posibilidades que generan los Juegos Mediterráneos y las instalaciones deportivas que en ellos se desarrollen.

Creación de una Oficina de Información Deportiva (OID) de la provincia de Almería.

Los Juegos Mediterráneos van a llevar aparejados el aumento de la oferta de las actividades deportivas y de ocio y turismo. Ello no va a suceder sólo durante su celebración sino que ya se está generando con carácter previo y lo seguirá haciendo con carácter posterior.

Almería es una provincia turística, que comienza a ofrecer una oferta complementaria de ocio pero que todavía tiene que estructurar para que se convierta en un sector diferencial del turismo. Combinar el aumento de la oferta de plazas en casas rurales, y asociarlo a una estructuración de la oferta deportiva y de ocio, así como en los establecimientos tradicionales de costa, es un avance que se producirá en los próximos años.

Por ello, la creación de un Oficina de Información Deportiva, donde se identifique y analice toda la oferta existente en la provincia con la finalidad de informar y asesorar a la población de toda esta oferta deportiva y de ocio, dónde se informe al turista de las posibilidades de práctica deportiva y eventos deportivos, y dónde se puedan establecer paquetes en base al turismo deportivo asociado al golf, los eventos deportivos, etc. Esta es una buena oportunidad para atraer riqueza a Almería a la vez que mantener informada a su población de toda la actividad de ocio y turismo deportivo que se genera.

Esta oficina estaría a disposición de cualquier ciudadano@ y turista sea cual sea el lugar de donde provenga y se podría asemejar a las conocidas como “Ventanillas únicas”, actuando por tanto a modo de coordinación de toda la actividad y servicios deportivos de la provincia.

Creación de una empresa de gestión de la sede de las Federaciones Deportivas Andaluzas y delegaciones territoriales.

Cuando hemos hablado del Estadio Mediterráneo, hemos señalado la posibilidad de que se instalasen en él las Federaciones Deportivas Andaluzas que tienen sede en Almería, así como las delegaciones territoriales de las Federaciones Deportivas Andaluzas. Ello daría la posibilidad de la creación de una empresa que gestionase dichas instalaciones a modo de Centro de Negocios.

Esta empresa se encargaría de la gestión del servicio a prestar a estas entidades, en lo que constituiría el núcleo del deporte federado en Almería. Si a estas instalaciones se les dota de una sala de conferencias y/o cursos, y con el número de zonas suficiente para albergar a las Federaciones y delegaciones territoriales, podrían llevarse a cabo reuniones, cursos, etc., para todo el personal federativo, técnicos, jueces, deportistas, directivos, etc. Su gestión y coordinación darían posibilidades y contenido a esta empresa.

Es una experiencia que ya existe en la Comunidad Autónoma de Aragón, donde la empresa ABC Stadium gestiona este servicio, que implica la coordinación de servicios de limpieza, mantenimiento, etc., la recepción y centralita de llamadas, fotocopiadora, gestión de aulas, etc., en la llamada Casa de las Federaciones Deportivas en Zaragoza.

Creación de empresas de servicios y actividades deportivas.

La creación de las nuevas instalaciones y su puesta en funcionamiento significan un aumento de la oferta de instalaciones deportivas en Almería, a la vez que una mejora en la calidad general. La demanda se tiene que ver lógicamente incrementada por esta mejora en la oferta, lo que generará mayor número de practicantes y también nuevas actividades puesto que la demanda se diversificará hacia una oferta deportiva acorde con la calidad de las instalaciones deportivas.

Las instalaciones deportivas, independientemente de la Administración Pública propietaria, necesitarán de una gestión que permita que éstas no se conviertan en un lastre deficitario una vez realizada su inversión.

En este sentido, se necesita realizar un plan estratégico de las instalaciones deportivas de la ciudad de Almería y de planes concretos de gestión de cada una de las instalaciones de la ciudad y de las subsedes, que permitan pensar en la fórmula de gestión adecuada a emplear el día después y en las medidas a poner en marcha para que la gestión de las instalaciones no sea una carga en los capítulos de gasto I y II de los presupuestos de las administraciones públicas propietarias.

De este modo se abre una oportunidad de creación de empresas de servicios deportivos y de mantenimiento especializado para las instalaciones deportivas que generará empleo y actividad tanto en la sede principal de los Juegos como en las subsedes, que se puede llevar a cabo mediante la creación de cooperativas en las poblaciones más pequeñas, algo en lo que se centran algunos de los programas Leader+ que se llevan a cabo en Almería.

Los servicios que serán necesarios prestar en estas instalaciones, y en torno a los cuales se generan las posibilidades de creación de empresas son:

- servicios de limpieza de las instalaciones
- servicios de prestación de actividades deportivas y de ocio
- servicios de recepción, control y mantenimiento de las instalaciones
- servicios de mantenimiento especializado
- servicios informáticos y de gestión de accesos
- servicios de organización de eventos
- servicios de prevención de riesgos laborales
- servicios de seguridad para instalaciones deportivas

Así mismo, la oportunidad se encuentra en la creación de empresas de gestión integral, que ya operan con resultados en otras Provincias y Comunidades Autónomas, mediante la concesión de la explotación de la instalación o cualquiera otra de las fórmulas previstas en la legislación de aplicación.

Es también la oportunidad para que las asociaciones y federaciones deportivas puedan profesionalizarse y de este modo posicionarse y optar a la gestión de estas instalaciones. Es el ejemplo que ya hemos comentado de las piscinas Bernat Picornell de Barcelona, donde se han unido la Federación Catalana de Natación y una empresa de servicios para llevar a cabo su gestión.

En lo que se refiere a la organización de actividades deportivas, las empresas relacionadas con el ocio en la tercera edad tendrán muchas oportunidades, principalmente a largo plazo, debido a:

1. La pirámide de población almeriense tiende a envejecer.
2. Cada vez más, el tiempo de ocio de la población más mayor tiende a ser ocupado por la realización de actividad física y acciones de ocio.

Empresas de control de calidad de servicios.

Si tal y como venimos recomendando, en la provincia de Almería se genera un tejido empresarial de prestación de servicios deportivos y/o gestión de instalaciones deportivas, se producirá la oportunidad de poner en marcha un servicio novedoso que sirva para supervisar dichas actuaciones, y para asegurar el buen funcionamiento de las empresas prestadoras de servicios. Esta iniciativa velará por la calidad de la oferta que se acomode a la cada vez más exigente demanda de l@s ciudadanos. Sin lugar a dudas, será uno de los elementos clave para el éxito de la implantación de los modelos de gestión indirecta de instalaciones y servicios deportivos, si bien las posibilidades no se limitan sólo al sector deportivo sino también a otros servicios que se prestan en la provincia.

Las características de esta empresa o empresas podrían ser las siguientes:

1. Motivación de la empresa:

- realización del seguimiento de las condiciones pactadas para la externalización del servicio y el aseguramiento de la existencia de las mismas
- evaluación de las condiciones pactadas y del servicio prestado, así como de su calidad
- falta de tiempo o de recursos humanos para llevar a cabo el control directamente.

2. Servicios a prestar:

- control de las cláusulas y condiciones pactadas: condiciones de tipo técnico como la limpieza, rutinas de trabajo, etc.; de recursos humanos en el cumplimiento de horarios, número, titulación, etc.; control de la actividad como precios; cumplimiento de la legislación de aplicación; etc.

- evaluación del cumplimiento de los programas y objetivos: en cuanto a los contenidos pedagógicos, objetivos, rentabilidad de los convenios, sistemas de organización y logística
- formación para hacer posible el cumplimiento de las pautas de conductas acordadas

Creación de empresas de seguros deportivos.

Con las posibilidades que se generan en la creación de servicios deportivos asociados a los Juegos Mediterráneos, surge otra oportunidad en la creación de empresas de seguros deportivos.

Los seguros en materia deportiva es un sector que comienza a extenderse aunque existen todavía muy pocas empresas dedicadas a realizar paquetes específicamente asociados al deporte y a sus sectores de actividad.

Almería tendrá varias necesidades y riesgos que asegurar en materia deportiva con la celebración de los Juegos y con el legado que dejen los mismos. Por un lado el deporte profesional, puesto que la provincia cuenta con deportistas profesionales y empresas prestadoras de servicios deportivos cuyas actividades empresariales se han de asegurar, el deporte amateur dado el tejido asociativo deportivo existente en la provincia y la necesidad de asegurar a directivos, entrenadores, etc., así como las actividades que se vinculen al ocio y a la práctica deportiva regular.

Así mismo, si las instalaciones deportivas se convierten en instalaciones que acojan la celebración de eventos deportivos, o si la propia ciudad apuesta por éstos, se necesitará un movimiento de seguros que den cobertura suficiente a los mismos.

A raíz de los Juegos se generarán nuevas actividades como las que se vinculen al remo, piragüismo, etc., en el canal de Cuevas del Almanzora, el golf seguirá su desarrollo y tendrá la necesidad de que se aseguren actividades como la del “Hole in one”, campeonatos, etc., aspectos que refuerzan la posibilidad de creación de este tipo de empresas o actividades dentro de las ya existentes que requerirán de personal especializado y que generarán un aumento del empleo.

Los servicios que podría prestar una empresa de este tipo se centrarían en:

- seguros por cancelación de eventos
- hole in one
- subsidios por baja profesional
- responsabilidad civil de clubes, espectadores, organización de campeonatos, directivos de sociedades y clubes deportivos, etc.
- riesgos individuales para deportistas y agentes
- seguros especiales para federad@s
- asesoramiento jurídico, laboral, fiscal y mercantil para fundaciones, federaciones, clubes, etc.
- etc.

Creación de empresas asociadas a la formación.

Durante el estudio hemos venido señalando que la puesta en marcha de las instalaciones deportivas y de otras infraestructuras que se utilizarán en los Juegos Mediterráneos va a requerir de un aumento de la capacitación y formación del personal en determinados sectores. La construcción de instalaciones como piscinas, campos de fútbol y estadios, el canal de Cuevas del Almanzora, pabellones deportivos, etc., están generando la necesidad de que se formen personas en materia de mantenimiento técnico de instalaciones como depuradoras, climatización, reparación de equipamientos deportivos, etc.,

algo de lo que ha carecido Almería tradicionalmente dado el escaso volumen de instalaciones deportivas con que ha contado.

Por ello se ha de generar una empresa, o un conjunto de empresas, que sean capaces de cubrir esa demanda existente y que permitan que el empleo que se genere a raíz de las instalaciones de los Juegos Mediterráneos cuente con trabajador@s de calidad. Son muchas las personas que se deberán formar en los próximos años para que cuando estén acabadas las instalaciones su funcionamiento se lleve a cabo con garantías de calidad, actuando también con una finalidad de reciclaje y actualización periódica del personal responsable.

Creación de empresas de consultoría deportiva y de gestión de eventos.

L@s profesionales que trabajan en el COJMA y los que se encuentren gestionando alguna de las instalaciones deportivas que albergarán las competiciones de los Juegos Mediterráneos son un potencial empresarial que se debe aprovechar. La experiencia adquirida en la organización de un evento de la importancia de los Juegos y el “know how” que esto les aporta, constituyen una oportunidad para que se conviertan en profesionales que mediante la constitución de empresas presten asesoramiento en materia de consultoría deportiva e incluso organicen los eventos que a partir de los Juegos Mediterráneos se desarrollen en la provincia.

Así mismo, la aportación que les producirá los Juegos Mediterráneos en su bagaje personal puede aprovecharse para constituirse en una entidad que ayude al Comité Internacional de los Juegos Mediterráneos a organizarse mejor y a tener una estructura que se acerque más a la de los Juegos Olímpicos en términos de profesionalidad. Asesorar a futuras ciudades candidatas y a las que celebren los Juegos en el futuro, es una fuente de empleo y de negocio para est@s profesionales.

Las actividades de ocio como aspecto diferencial de la oferta hotelera. Creación de empresas de ocio y turismo activo.

En el sector del turismo y de la hostelería, los Juegos Mediterráneos generan la oportunidad de crear un producto que permitan diferenciar la oferta almeriense de otras ofertas. En primer lugar, la celebración de los Juegos permitirá posicionar a Almería frente al turismo en países como Egipto, Croacia, Grecia, etc., gracias a la imagen y publicidad que de la misma se realizará. Pero Almería debe aprovechar este momento para ofertar productos diferentes que atraigan al turismo de los países mediterráneos.

La creación de las instalaciones deportivas es una buena oportunidad si se es capaz de plantear programas conjuntos con los propietarios y gestores de las mismas. Recordar en este sentido la acción puesta en marcha por la Federación de Rugby Australiana, el Comité Organizador de la Copa del Mundo de Rugby del 2003 y la Oficina australiana de turismo, que han orientado la celebración de este campeonato como si de un producto turístico se tratara.

Por ello, aparece la oportunidad de reforzar el tejido empresarial de las empresas que se dedican al ocio turístico, motivando la creación de las mismas y la generación de empleo de un sector en el que las mujeres y las personas jóvenes pueden tener una oportunidad de negocio y de empleo importante.

Es una oportunidad tanto para la sede de los Juegos como para las subseces de costa y de interior, vinculándose estas actividades tanto a los hoteles de playa como a los hoteles y casas de turismo rural.

Actividades y empresas durante la celebración de los Juegos Mediterráneos.

Hemos hablado de las posibilidades de creación de empresas y de actividades tras los Juegos, pero no hay que olvidar que existe un importante abanico de empresas y sectores que se verán potenciados durante el desarrollo de los Juegos. Son todas aquellas cuyos servicios contrate el COJMA para su realización además de todo el sector de la hostelería y restauración, y los comercios en general (venta de recuerdos, ropa, etc.).

Las actividades y empresas que pueden tener un mayor desarrollo durante este periodo son:

- Empresas prestadoras de servicios lingüísticos, incluido el árabe, francés e inglés.
- Empresas de azafatas, para prestar servicio a las actividades deportivas y culturales que se realicen durante los Juegos Mediterráneos. Se incluirían posibilidades incluso en visitas turísticas guiadas.
- Empresas de mensajería para cubrir los movimientos que se produzcan por las delegaciones de los países, periodistas, COJMA, deportistas, empresas participantes, etc. durante los Juegos.
- Empresas de seguros, puesto que se producirán movimientos de coches, motocicletas, previsiones de seguros antirrobo, seguros de viaje, de pérdidas de maleta, etc.
- Servicio de impresión y reprografía, incluido el trabajo de las imprentas, dado el gran material que se generará durante este periodo.

- Servicios de mantenimiento de software y hardware. Much@s atletas, delegaciones, periodistas, etc., vendrán con sus ordenadores, por lo que habrá que dar cobertura de mantenimiento a estos equipos, así como en el sector de la telefonía móvil.
- Servicios de limpieza y mantenimiento de los equipamientos, hoteles, etc., así como de catering y alimentación.
- Empresas instaladoras de equipamientos como carpas, mobiliario de oficina, etc. No olvidemos que parte del material que se prevé instalar en la Villa Mediterránea y en algunas instalaciones de competición y entrenamientos, deberá instalarse y retirarse.
- Servicios de transporte, puesto que el movimiento que generen atletas, jueces, delegaciones, periodistas, etc. será muy elevado, así como el de l@s visitantes. Este transporte será tanto de pasajeros como de materiales.
- Empresas de equipamiento sanitario, limpieza de toallas, catering, etc., servicios a prestar a todos l@s participantes y espectador@s que acudan a los Juegos.
- Empresas de seguridad, tanto de seguridad personal como de instalación de equipamiento y mantenimiento de cámaras.
- Empresas y servicios de revelado fotográfico, de materiales informáticos, de reparación de vehículos, de venta de recuerdos, etc. como parte de toda la demanda generada por visitantes, atletas, periodistas y delegaciones.

- Otro de los sectores donde se generará actividad durante los Juegos, será en las actividades de merchandising, donde alcanzarán su momento álgido, por lo que se constituye como una oportunidad para poner en marcha una actividad que pueda dar cobertura a las necesidades que durante ese periodo se generen.
- Así mismo, empresas y entidades que se dediquen a la realización de ceremonias y actos, puesto que las empresas ganadoras de los concursos necesitarán dotarse de personal especializado.
- Por último, existe la posibilidad de creación de una empresa a modo de agencia de noticias, que se encargue de recoger imágenes, entrevistas, noticias, etc., no sólo sobre los Juegos Mediterráneos sino sobre todo lo que suceda fuera de la competición deportiva. Estas agencias suelen dar una imagen más interesante de las poblaciones en dónde se celebran estos eventos, a la par que desarrollan una mayor cobertura temática que las agencias, cadenas de televisión y periódicos tradicionales.

Otras actividades y empresas que se generan.

Entendemos que hay una serie de actividades y sectores, que además de los que hemos mencionado adquirirán una relativa importancia en la generación de actividades y creación de empresas a raíz de los Juegos Mediterráneos.

- **Empresas de servicios lingüísticos.** Estas empresas tendrán una actividad muy importante durante el periodo de celebración de los Juegos Mediterráneos, principalmente en los idiomas francés, inglés y árabe. Pero pensamos que tienen proyección tras los Juegos, si Almería se convierte en ciudad transfronteriza y en una ciudad de celebración de eventos deportivos, culturales y de reuniones de

negocios de empresari@s de la Cuenca Mediterránea. Ello generará una serie de actividades en las que se podrá dar continuidad al servicio prestado.

- Relacionadas con las empresas de servicios lingüísticos vemos una oportunidad en la creación de empresas que vinculen el deporte al aprendizaje de una lengua extranjera, sobre todo español + deporte. Las instalaciones deportivas y el clima, se pueden aprovechar para generar una oferta de este tipo y por tanto son un sector de creación de empresas y de generación de empleo en la provincia. Como ejemplo hemos analizado la empresa Sports & Language que combina cursos de idiomas, alojamiento y programas deportivos para todas las edades y perfiles en numerosos países del extranjero.
- Servicios de protocolo deportivo que apoyen las actividades que se puedan generar en Almería durante y después de los Juegos. El protocolo deportivo está adquiriendo cada día una mayor importancia. Al respecto, recientemente la Escuela Internacional de Protocolo ha lanzado el I Título en Técnico en Protocolo Deportivo.
- Servicios de venta y alquiler de inmuebles a población extranjera. Almería es una provincia turística en la que el sector de la construcción sigue creciendo y en la que la vivienda para el turismo sigue siendo fuente de riqueza. Los datos muestran que este tipo de actividades empresariales crecen en la provincia año a año, por lo que su crecimiento actual unido a la imagen que Almería mostrará durante la celebración de los Juegos, puede generar una mayor actividad por parte de estas empresas.

CONCLUSIONES.

- El Estudio de Mercado sobre las oportunidades de generación de nuevas actividades y empresas en torno a los Juegos Mediterráneos Almería 2005, se enmarca dentro de los proyectos previstos en el programa EQUAL “Almería emprende”, siendo su objetivo final, favorecer la detección y difusión de oportunidades de generación de empresas en Almería, así como facilitar información a los agentes institucionales que puedan incidir en la promoción de empresas en la ciudad.

Para ello hemos utilizado el Manual metodológico para la realización de estudios y dictámenes sobre creación de empresas, herramienta de trabajo diseñada para organizar y homogeneizar el desarrollo metodológico de los estudios previstos en el proyecto EQUAL Almería emprende, la cual hemos complementado con una serie de puntos específicos sobre los Juegos Mediterráneos Almería 2005 y su contexto.

- El proyecto se ha realizado entre los meses de Septiembre y Octubre de 2003 y se ha basado en el análisis de la información documental y bibliográfica existente, en la aportación de diversos agentes sociales y económicos cualificados de la provincia, en la aportación realizada por gestores y personal de dirección de acontecimientos deportivos de relevancia internacional, así como en la experiencia y conocimiento del grupo de trabajo que ha desarrollado este informe.

- Entre el 24 de junio y el 3 de julio de 2005, se desarrollará en Almería la XV edición de los Juegos Mediterráneos. Se celebran cada cuatro años en los países de la cuenca mediterránea y en ellos participan los países de los tres continentes de la ribera del Mediterráneo. En esta XV edición, participarán veintiún países, que coordinados por el Comité Internacional de los Juegos Mediterráneos, se rigen en función de la Carta Mediterránea.

Los Juegos se llevarán a cabo en siete subsedes deportivas: Almería, Cuevas del Almanzora, El Ejido, Gádor, Huércal de Almería, Roquetas de Mar y Vícar, que acogerán un total de veinticinco deportes. Además otros dos municipios participan como subsedes culturales: Adra y Vera.

Con un presupuesto de 33.055.667 de €uros, el Comité Organizador (COJMA) es el encargado de gestionar este evento, que cuenta con 6.000 voluntari@s para su celebración.

Desde que el 28 de abril de 1999 se concediera a Almería la celebración de los Juegos Mediterráneos para el 2005, la provincia está sufriendo una importante transformación en sus infraestructuras de servicio, así como en las infraestructuras deportivas de las que se está dotando a la ciudad de Almería y a las subsedes en que se desarrollarán los Juegos. Analistas Económicos de Andalucía, han cifrado en 234.349,00 € el beneficio económico de los Juegos Mediterráneos, además de la promoción exterior y mejoras en infraestructuras, comunicaciones y servicios.

La gran infraestructura de los Juegos Mediterráneos, además de las estrictamente deportivas, es la actuación emprendida en la zona de el Toyo, en la que se ubica la Villa Mediterránea, y en la que se prevé una inversión de más de 400 millones de €uros. Será uno de los grandes legados que los Juegos dejarán a Almería en materia de infraestructuras hoteleras,

viviendas, servicios y turismo, con la construcción del campo de golf y la regeneración de la playa de El Toyo.

- La celebración de los Juegos Mediterráneos en Almería, tiene tres implicaciones⁵ clave a la hora de pensar en las oportunidades de generación de nuevas actividades y empresas, objeto del estudio que hemos desarrollado:
 - promoción de la imagen de Almería: aparición ante millones de espectadores, conexión con otros países, visitas de miles de personas
 - desarrollo socioeconómico: construcción de nuevas instalaciones, impulso al turismo, conjunto de gasto e inversiones, Almería como Centro de Alto rendimiento deportivo (o Centro de Tecnificación deportiva)
 - fomento del deporte: estímulo de la práctica deportiva, vinculación de Almería con el deporte
- Los momentos de oportunidad que generan la celebración de los Juegos Mediterráneos de Almería son:
 - Fase de candidatura hasta la designación como sede. Almería pensó que los Juegos Mediterráneos eran una manera de mejorar el estatus global de la ciudad, un momento para impulsar oportunidades empresariales, el turismo y conseguir una promoción de la ciudad en toda la cuenca mediterránea.

⁵ Implicaciones definidas en un Estudio de Analistas Económicos de Andalucía realizado en 1999 para el Comité de Candidatura.

- Periodo de cinco años desde la designación hasta la organización, en el que se observa un importante impacto en el sector de la construcción derivado de las necesidades de construir instalaciones e infraestructuras, y en el sector servicios, para dar respuesta a estas inversiones.
- Periodo de celebración (diez días) de los Juegos Mediterráneos, momento en el que más impacto tienen los Juegos en cuanto a imagen y difusión internacional.
- El llamado “día después”, al que se le suele prestar poca atención puesto que los esfuerzos se centran en la fase de candidatura y en la planificación de los Juegos.

La organización y celebración de los XV Juegos Mediterráneos causa una serie de impactos que se pueden prever y que ya se están produciendo, como son: alteraciones en el diseño de la ciudad, cambios en el entorno y edificaciones, mejoras en las infraestructuras de comunicación, innovaciones en las relaciones políticas, incremento de la actividad empresarial, creación de nuevas instalaciones deportivas, aumento del turismo, creación de nuevas empresas y puestos de trabajo, aumento de los costes presupuestarios, aumento directo o indirecto de impuestos, impulso deportivo (potenciación del tejido asociativo deportivo, incremento en la organización de eventos deportivos, promoción deportiva), desarrollo del movimiento del voluntariado, formación específica de todo el personal vinculado a los Juegos, etc.

Con este estudio pretendemos orientar en las actividades empresariales que se puedan generar durante el día después de los Juegos, así como durante el desarrollo de los mismos.

- El último censo de 1991, cifra en 536.731 habitantes, 271.927 mujeres y 264.804 hombres), la población total almeriense, 166.328 viven en la capital y 146.238 en las subsedes donde se desarrollarán los Juegos. Del conjunto de la población casi un 11% es población extranjera, por lo que Almería es una de las principales provincias españolas receptoras de inmigración. El mayor porcentaje de la población almeriense, cuenta entre 30 y 44 años de edad, seguido por el grupo de edades de 15 a 29 años.

A pesar de la desaceleración económica que se viene produciendo, la tendencia del crecimiento económico sigue siendo positiva en Almería. Los principales pilares económicos de la provincia de Almería son: la agricultura y su industria paralela (invernaderos, semillas, etc.), la extracción de mármol y piedra natural y el sector servicios, orientado fundamentalmente al turismo.

En el transporte de mercancías estamos asistiendo a un incremento en el transporte aéreo y ferroviario, sobre todo este último, aunque está descendiendo el marítimo. El número de establecimientos y plazas hoteleras viene aumentando progresivamente, pero la pernoctación media y el grado de pernoctación viene sufriendo un retroceso. También viene descendiendo el número de personas que llegan por tren y avión, aunque ha aumentado un poco entre quienes llegan por barco.

La tasa de paro en Almería se sitúa entre las más bajas de España con un 10,76, muy inferior a la española con un 11,35 y a la andaluza con un 20,19, siendo el sector servicios el que más personal ocupa.

- Las empresas son el elemento central del desarrollo económico de una región. A partir de la evolución demográfica de las unidades empresariales de un territorio, se puede adquirir una visión de conjunto del comportamiento empresarial. La provincia almeriense es, tras Málaga y

Granada, la provincia andaluza en que más ha crecido la densidad empresarial en el periodo comprendido entre 1995 y 2002. En 2002 se crearon en Almería un 7,8% más de empresas que en 2001. El comercio y la construcción son quienes cuentan con una demografía más importante, si bien son la construcción y el sector servicios, los que más crecieron en el último año. El mayor número de empresas cuenta entre uno y nueve asalariados, por lo que el tamaño de la empresa almeriense es de una pequeña y mediana empresa, sobre todo pequeña, al ser las que cuentan entre uno y dos empleados, las de mayor densidad empresarial. Las sociedades de responsabilidad limitada presentan un alto porcentaje en la provincia de Almería en lo que respecta a la condición jurídica, con un 26,25%, y aunque son las personas físicas las que representan el mayor porcentaje con un 64,5%, las formas societarias han crecido más desde 1995.

Por tanto, el tejido empresarial almeriense presenta un perfil de empresari@s autónomos, densidad alta de empresas, con crecimiento sobre todo en el sector de la construcción y servicios y de tamaño pequeño. Es un dato clave para ver el perfil de empresas que se están y se pueden generar en Almería a raíz de los Juegos Mediterráneos Almería 2005.

- Los sectores de actividad más implicados en los Juegos Mediterráneos son la hostelería, la construcción (actividad que se ve incrementada por la inversión de la Administración Pública), el transporte-comunicaciones y el resto de servicios, principalmente en instalaciones deportivas o asociados a ellas.

Almería cuenta con un tejido empresarial escaso en los que se refiere a servicios deportivos, puesto que sólo son 111 las inscritas en los “epígrafes

deportivos” en la provincia, y 71 en las sede y subsedes donde se desarrollarán los Juegos Mediterráneos.

El índice de externalización de actividades y servicios, así como la gestión indirecta de las instalaciones deportivas es muy bajo en la provincia, por tres motivos fundamentales:

1. Por la inexistencia hasta la fecha de instalaciones que hicieran atractivo para el sector empresarial optar a su gestión.
2. Por el bajo número de empresas y entidades deportivas existentes con experiencia en este terreno.
3. Por la falta de experiencia y cultura de la gestión indirecta en las Administraciones Públicas que gestionan el deporte en la provincia.

A nivel asociativo, Almería también presenta un nivel, en materia deportiva, bastante bajo, tanto por número de entidades como por niveles de profesionalización de los mismos, lo que también ha contribuido a la falta de experiencias de gestión indirecta de las instalaciones y actividades deportivas, aunque se cuenta con dos ejemplos, uno en Almería en la piscina cubierta situada en CostaCabana gestionada por el Club Natación Jairán Bahía y otro en el gimnasio del Pabellón Santa María del Águila, de El Ejido.

- La tasa de paro que presentaba Almería en 2002 era de un 10,76, cifra que viene disminuyendo desde 1998 de manera más significativa que en Andalucía y en España.

Tal y como ha sucedido en otros eventos, las previsiones de aumento del empleo en Almería se van a producir de manera significativa entre 2002 y

2004, fundamentalmente en el sector de la construcción, mientras que en 2005, este aumento se producirá en el sector servicios.

Los Juegos Mediterráneos ya han contribuido al incremento del empleo en Almería, tanto en la construcción de instalaciones deportivas y resto de infraestructuras, como en el propio personal que emplea el Comité Organizador de los mismos, estimado en 180 personas coincidiendo con los tres meses anteriores a la celebración de los Juegos, y siendo 48 personas en la actualidad.

- Con motivo de la celebración de los Juegos Mediterráneos, se ha creado desde el Ayuntamiento de Almería en coordinación con el Instituto de Fomento de Andalucía (IFA), un programa específico de creación de empresas en el sector del comercio; del turismo; de otras actividades empresariales; de actividades recreativas, culturales y deportivas; y actividades diversas de servicios personales, constituyendo una oportunidad para la generación de empresas en Almería.

Este programa conocido como Acción Almería 2005, es un paso muy importante para que las oportunidades que generan los Juegos puedan materializarse, al menos en la ciudad de Almería, población que ha puesto en marcha dicho programa. El que exista un sector de actuación relativo a la creación de empresas de actividades deportivas, es clave para que las ideas generadas en este documento y muchas otras que puedan surgir, consigan materializarse.

La provincia cuenta con otras iniciativas en esta materia, en las que están implicadas las diferentes Administraciones Públicas, desde la Unión Europea hasta los Ayuntamientos y Administraciones Locales.

Se cuenta con muchos programas de formación para la generación de empresas, así como con iniciativas de apoyo a la creación de estas empresas a través de subvenciones, asesoramiento, etc.

- Mujeres e inmigrantes tendrán cabida en la creación de empleo por los Juegos, debido a que los sectores dónde se les están empleando con el sector servicios y la construcción, coincidentes con los de los Juegos. A pesar de ello, deberían crearse medidas para posibilitar la actitud emprendedora de estos colectivos desfavorecidos, que de manera específica puedan contribuir a potenciar el tejido empresarial almeriense, para lo que se necesitarían medidas de discriminación positiva, mediante programas específicos, que no existen en materia de servicios e instalaciones deportivas.

Algunos de los programas que se han puesto en marcha en materia de mujer y/o inmigración son por ejemplo el Servicio VIVEM (acompañamiento a la creación y mejora de empresas), OPEM (servicios de orientación y preformación para el empleo), programa CUALIFICA (para mujeres víctimas de violencia doméstica), el programa ARENA (que busca la participación en igualdad de la población inmigrante residente en Andalucía, principalmente en Almería, Huelva y Cádiz), los programas NOVA, CLARA, etc.

- Para que se puedan llevar a cabo acciones de creación de empresas y actividad, se habrán de superar determinados obstáculos como:
 - El de la inexperiencia de Administraciones Públicas y entidades privadas en materia de gestión indirecta de actividades, servicios e instalaciones deportivas.
 - La falta de un Plan de acciones a impulsar tras los Juegos Mediterráneos Almería 2005.

- La estacionalidad del turismo.
 - La necesaria coordinación entre las Administraciones Públicas en Almería puesto que son cuatro las Administraciones que gestionan instalaciones deportivas.
 - Las infraestructuras de comunicación, que son necesarias finalizar para dar un impulso en sectores comerciales y de comunicación.
-
- Se hace necesaria la realización de un Plan Estratégico de las Instalaciones deportivas de Almería, dónde se definan los modelos de gestión a seguir y se planifiquen las pautas de actuación y los pasos a emprender en cada una de las instalaciones deportivas. Este Plan debe ir asociado a un Plan estratégico del Deporte en la ciudad, dado el número de Administraciones Públicas implicadas. Es una de las actuaciones más importantes que se debería abordar.

Cada instalación debe contar con un Plan de gestión, lo que debería extenderse también a las instalaciones deportivas de las subsedes, y de este modo acercar el deporte y las instalaciones a la población a la vez que conseguir su rentabilización.

- Por último, las empresas y actividades que pensamos se generan a raíz de los Juegos Mediterráneos son:
 1. Creación de una Oficina de Información Deportiva (OID) de la provincia de Almería.
 2. Puesta en marcha de modelos de gestión indirecta tanto con empresas, clubes y asociaciones deportivas, como federaciones deportivas, ya sea a través de convenios, concesiones administrativas, creación de

empresas públicas o de capital mixto, etc. En este sentido, existen muchas experiencias consolidadas por toda la geografía española. Instalaciones como el Estadio Mediterráneo, el Canal de remo y piragüismo de Cuevas del Almanzora, el Campo de Tiro de Gádor, las Piscinas de las Almadrabillas, etc. pueden plantearse bajo esta óptica de la gestión indirecta, ya sea con la externalización de sus servicios o con la gestión integral de las mismas.

3. Empresas de servicios y actividades deportivas como: servicios de mantenimiento especializado, limpieza, servicios informáticos, programación y ejecución de actividades deportivas, etc.
4. Creación de una empresa para la gestión de la sede de las Federaciones Deportivas Andaluzas con sede en Almería y las delegaciones territoriales de las Federaciones Deportivas andaluzas, que la coordine a modo de Centro de Negocios.
5. Empresas de control de calidad de servicios y actividades deportivas.
6. Empresas de seguros deportivos
7. Empresas asociadas a la formación de los trabajadores
8. Empresas de consultoría deportiva y de gestión de eventos.
9. Actividades de ocio como aspecto diferencial de la oferta hotelera. Empresas de ocio y turismo activo.
10. Durante el momento de desarrollo de los Juegos Mediterráneos, empresas relacionadas con:

- servicios lingüísticos
- mensajería
- seguridad y seguros
- impresión, imagen y reprografía (entradas, identidad gráfica,...)
- mobiliario para los Juegos
- agencias de viajes
- servicios de producción e instalación de carpas, etc.
- distribución y venta de productos de merchandising
- transporte público y privado, tanto de personas como de material
- catering y alimentación en general
- equipamiento y distribución sanitaria (limpieza prendas, sábanas, toallas, etc.)
- sistemas de comunicación (telefonía, radio control, televisión, etc.)
- equipamiento informático y servicios de apoyo de software
- venta y distribución de equipamiento (personal, voluntarios, dorsales, etc.)
- organización de ceremonias y actos

11. Otras actividades y empresas:

- servicios lingüísticos
- español + deporte
- servicios de protocolo
- venta y alquiler de inmuebles a población extranjera

BIBLIOGRAFÍA.

- ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA. Los Juegos Mediterráneos del 2005: Análisis de las implicaciones socioeconómicas para Almería. AEA. 1996.
- ARTHUR ANDERSEN. Economic Impact Study of the Sydney 2000 Olympic Games: Executive Summary. Arthur Andersen. Sydney. 1999.
- BERNARD, A.;KHELFAOUI, Z.; LAGET, M.; PALPACUER, F. Les Jeux Méditerranéens de 1993: quels enjeux socio-économiques et perspectives de formation en Languedoc-Rousillon. Université de Montpellier I, Centre Régional de la Productivité et des Études économiques. Montpellier. 1990.
- BRUNET, F. An Economic Analysis of the Barcelona'92 Olympic Games: Resources, Financing, and Impact. Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona. 2002.
- BRUNET, F. Economía de los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992. Centro de Estudios Olímpicos de la UAB y Centro de Estudios Olímpicos del COI. Lausanne. 1994.
- CASHMAN, R. El impacto de los Juegos en las sedes olímpicas. Centro de Estudios Olímpicos, Cátedra Internacional de Olimpismo. Barcelona. 2003.
- CASHMAN, R. Olympic Countdown. Diary of the Sydney Olympics. Centre for Olympic Studies, University of New South Wales. New South Wales. 1999.
- CASHMAN, R.; HUGHES, A. Staging the Olympics: The Event and its Impact. University of New South Wales. Sydney. 1999.
- CONFEDERACIÓ DE COMERÇ DE CATALUNYA-CONSELL DE GREMIS DE COMERÇ I SERVEIS DE BARCELONA. Impacte de la celebració del Jocs Olímpics en el sector del comerç i serveis de Barcelona. Confederació de Comerç de Catalunya-Consell de Gremis de Comerç i Serveis de Barcelona. Barcelona. Sin fecha.
- CONSULTORES DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS. Plan de Empresa Toyo-I. Excmo Ayuntamiento de Almería. Madrid. 1999.

- CHALIP, L. Leferaging the Sidney Olympics for tourism. Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport. UAB. Barcelona. 2000.
- DAVARA RODRÍGUEZ, M.A. Guía práctica de comercio electrónico para PYMES. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.
- DEMOGRAPHIC AND ECONOMIC ANALYSIS SECTION. 2002 Olympic Winter Games: Economic, Demographic and Fiscal Impacts. Governor's Office of Planning and Budget. Utah. 2000.
- DEPARTMENT OF STATE AND REGIONAL DEVELOPMENT OF NEW SOUTH WALES & PRICEWATERHOUSE COOPERS. Business and Economic Benefits of the Sydney 2000 Olympics: A Collation of Evidence. Department of State and Regional Development of New South Wales & PriceWaterhouse Coopers. New South Wales. 2001.
- DIRECCIÓN GENERAL DE COORDINACION DE POLÍTICAS MIGRATORIAS. Política Integral de Atención a la Inmigración en Andalucía. Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2000.
- EXCMO. AYUNTAMIENTO DE ALMERÍA. Acta de la Sesión Extraordinaria celebrada por el Exmo Ayuntamiento de Almería. Almería. 1990.
- EXCMO. AYUNTAMIENTO DE BARCELONA, REGIDURIA DE PROGRAMACIÓN Y PRESUPUESTOS, GABINETE TÉCNICO DE PROGRAMACION. El impacto económico de los Juegos Olímpicos de Barcelona 92. Excmo. Ayuntamiento de Barcelona. Barcelona. 1992.
- FERRER, J.; DE LA DEHESA, A. Escenarios de Desarrollo del Sector de Artículos Deportivos. Libro Blanco 1999-2004. Sport Panel. Barcelona. 2000.
- GRATON, C. Previsiones sobre el gasto de los consumidores en deporte. Sport Industry Research Center of Sheffield Hallam University. 2002.
- GRUPO DE INVESTIGACIÓN UAL-COJMA. Imagen social de los Juegos Mediterráneos y hábitos deportivos de la sociedad almeriense. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería. Almería. 2002.
- HERNÁNDEZ VÁZQUEZ, J.; MARTÍNEZ DEL CASTILLO, J. Estructura ocupacional y mercado de trabajo en el deporte. Consejo Superior de Deportes. Madrid. 1995.
-

- HUMPHREYS, J. M.; PLUMMER, M.K. The Economic Impact Study of the Sydney 2000 Olympic Games: Executive Summary. University of Georgia. Atlanta. 2003.
- INSTITUTO DE ANÁLISIS ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE ANDALUCÍA. Análisis económico-financiero de la empresa andaluza 2003. IAEAA. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Almería. Datos Básicos 2003. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Almería. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Andalucía Datos básicos 2003. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Anuario Estadístico de Andalucía 2003. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía . Sevilla. 2003
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Barómetro Empresarial de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Barómetro Empresarial de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Encuesta de coyuntura turística de Andalucía: 2º Trimestre del 2003. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Encuesta de ocupación en acampamentos turísticos. Resultados de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Encuesta de Población Activa: 2º Trimestre del 2003. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Establecimientos por actividad económica. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Estadística de intercambios de bienes entre Estados de la UE y comercio

extracomunitario: Resultados de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.

- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Índice de Producción Industrial de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Informe sobre actividad financiera y empresarial. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2002.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Mujeres andaluzas: Datos Básicos 2003. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Almería. 2003.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA. Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- JOHNSTON, F. The Economic Impacts of the XV Olympic Winter Games. Travel and Tourism Research Association. Alberta. 1985.
- JONG-GIE K.; SANG-WOO, R.; JAE-CHEON, Y.; KWANG-MO, K.; JONG-DUCK, H. Impact of the Seoul Olympic Games on National development. Korea Development Institute. Seúl. 1989.
- JUNTA DE ANDALUCÍA Y GOBIERNO DE MARRUECOS. Programa de Desarrollo Transfronterizo Andalucía-Marruecos 2003-2006. Junta de Andalucía y Gobierno de Marruecos. Rabat. 2003.
- LE ROUX, N.;CHANTELAT, P.; CAMY, J. Deporte y Empleo en Europa: Informe Final. Comisión Europea. Lyon.1999.
- LEEDS, M.A.; VON ALLMEN, P. The Economics of Sports. Pearson Education. USA. 2001.
- MILLET, LL. Les Villages Olympiques apres les jeux. Comité Olímpico Internacional. Lausanne. 1997.
- MORAGAS, M. ; BOTELLA, M. Las Claves del Éxito: Impactos sociales, deportivos, económicos y comunicativos de Barcelona'92. Centro de Estudios Olímpicos, UAB, COE, Museo Olímpico de Lausana, Fundación Barcelona Olímpica. Barcelona. 1996.

- NEBBELING, T.: MINISTER OF STATE FOR COMMUNITY CHARTER AND 2010 OLYMPIC BID. The Economic Impact of the 2010 Winter Olympic and Paralympic Games: An update. Intervistas Consulting. British Columbia. 2002.
- NOLL, R.G.; ZIMBALIST, A. Sports, Jobs & Taxes: The Economic Impact of Sports Teams. Brookings Institution. USA. 1997.
- OTERO MORENO, J.M. Aspectos económicos del turismo deportivo en Andalucía. En: 1º Congreso motores del turismo en el siglo XXI: Organización de eventos deportivos y sus repercusiones en el turismo. Granada. 2003.
- ORTA CANTÓN, A. Posible creación de un centro de ARD aprovechando las infraestructuras generadas por Almería 2005. UAM y Comité Olímpico Español. ¿?.
- OWEN, K.A. The Local Impacts of the Sydney 2000 Olympic Games: Processes and Politics of Venue Preparation. Centre for Olympic Studies of the University of New South Wales. Sydney. 2001.
- POUND, R.W. Olympic Games Study Commission. The International Olympic Committee. Praga. 2003.
- SCULLY, GERARD W. Market Structure of Sports. University of Chicago Press. Chicago. 1995.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Almería ante el 2005. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 1999.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Almería en cifras. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2001.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Almería en cifras. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2002.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Almería últimas cifras. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Boletín Almeriense de Comercio Exterior. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Creación de empresas. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.

- SERVICIO DE ESTUDIOS. Encuesta de coyuntura del comercio minorista de Almería. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Encuesta de coyuntura industrial de Almería. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Encuesta de la construcción de Almería. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Encuesta de coyuntura empresarial. Resultados Almerienses y nacionales. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.
- SERVICIO DE ESTUDIOS. Perspectivas empresariales. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2003.
- VILLALBA CABELLO, F. Análisis Económico Financiero de la empresa andaluza 2003. Junta de Andalucía. 2003.
- VV.AA. 2002 Winter Olympic Games-Impacts, Images and Legacies. Utah. 2001.
- VV.AA. Actas Congreso Internacional Andalucía Tierra del Deporte, Volumen I. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- VV.AA. Actas Congreso Internacional Andalucía Tierra del Deporte, Volumen II. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- VV.AA. Anuari Estadístic Barcelona 1993. INSS. Barcelona. 1994.
- VV.AA. Beijing Olympic Opportunities. Department of State and Regional Development. New South Wales. 2003.
- VV.AA. Cámaras: Noticias de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación. Dirección de Comunicación de Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España. Madrid. 2003.
- VV.AA. Coyuntura económica de Andalucía. Consejería de Economía y Hacienda de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.

- VV.AA. Curso sobre deporte, turismo y medio ambiente. Instituto Andaluz de Deporte. Málaga. 2002.
- VV.AA. Deporte y Economía: una cuantificación de la demanda deportiva en Andalucía. Unicaja. 2002.
- VV.AA. Dossier de Candidatura de Almería a los Juegos Mediterráneos Almería 2005. Asociación Almería 2005. Almería. 1998.
- VV.AA. El deporte andaluz en cifras 2002. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- VV.AA. El Deporte Español ante el Siglo XXI. Consejo Superior de Deportes. Madrid. 2000.
- VV.AA. El Impacto Económico y Social del Deporte en Andalucía. Fundación Andalucía Olímpica. Sevilla. 2001.
- VV.AA. Estudio Socioeconómico del Deporte en Andalucía 1998-1999. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2000.
- VV.AA. Guía de Creación de Empresas. Confederación de Empresarios de Andalucía. Almería. 2003.
- VV.AA. Incidencia Económica del Deporte. Empresa Pública de Turismo Andaluz e Instituto Andaluz de Deporte. Málaga. 2001.
- VV.AA. Industry Programs. Department of State and Regional Development. New South Wales. 2003.
- VV.AA. Informe económico de la provincia de Almería 1998: Horizonte 2005. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 1999.
- VV.AA. Informe económico de la provincia de Almería 2001: Turismo y desarrollo interior. Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Almería. Almería. 2002.
- VV.AA. Informe sobre el estado de opinión y conocimiento de los Juegos del Mediterráneo Almería 2005. Carat Sport. Madrid. 2002.
- VV.AA. La Economía Española: Primer semestre 2003. Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España. Madrid. 2003.

- VV.AA. Libro Blanco I+D en el Deporte. Consejo Superior de Deportes. Madrid. 1998.
- VV.AA. Olympic Games Tourism Strategy. Australian Tourist Commission. Sydney. 2001.
- VV.AA. Olympic Report. Department of State and Regional Development. New South Wales. 2003.
- VV.AA. Olympics and Beyond: Implications for Greater Vancouver's Office Market. Avison Young Commercial Real State (BC) Inc. British Columbia. 2003.
- VV.AA. Plan General del Deporte en Andalucía: proyecto. Volumen I. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- VV.AA. Plan General del Deporte en Andalucía: proyecto. Volumen II. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Sevilla. 2003.
- VV.AA. Salidas profesionales en el campo del turismo deportivo. Empresa Pública de Turismo Andaluz e Instituto Andaluz de Deporte. Málaga. 2002.
- VV.AA. Salt Lake 2002 Overview. The International Olympic Committee. Lausanne. 2002.
- VV.AA. Sydney 2000 Marketing Summary. The International Olympic Committee. Lausanne. 2002.

PRENSA Y REVISTAS

- AÑÓ, V. Organización de Grandes Eventos Deportivos Internacionales. En Arbor, N° 650. 2000.
- SALVADOR, J. La Junta prevé ayudas de un 65% para tecnología. En: Diario Ideal. Almería. 2003.
- VV.AA. Creadores de empleo a través de la danza. En: Diario Ideal. Almería. 2003.
- VV.AA. Revista nº IX Almería 2005. Almería. 2003.

DOCUMENTOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE INTERNET

- AUSTRALIAN TOURIST COMMISSION. Tourism Australia-Wide to benefit from rugby wor.Australian Tourist Commision. 2002.
- AUSTRALIAN TOURIST COMMISSION.Welcoming Rugby World Cup 2003 to Australia.Australian Tourist Commision. 2002
- COTRINA, D.; SAURÍ, M. Impacte Ecnomic dels Jocs Olímpics. 1992.
- HAYNES, J. Impacto socioeconómico de los Juegos Olímpicos de Sydney 2000. 2001.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. El número de empresas activas se incrementa un 3,8% en 2002. INE. 2003.
- PREUSS, H. Economic Aspects of the Olympic Games and Possible Consequences of a Corruptible Practice of Allocation. Faculty of Sports of Johannes Gutenberg-University. Mainz.
- PREUSS, H.Problemizing the arguments of the opponents of Olympic Games.Faculty of Sports, Johannes Gutenberg-University.Mainz.
- VV.AA. L’impact industriel des Jeux Olympiques à Barcelone. En: Difusion Sport.

PÁGINAS WEB

- **¡Error! Marcador no definido.** (Diputación Provincial Almería)
- <http://www.aafla.org/> (Amateur Athletic Foundation of Los Angeles)
- <http://www.aena.es/> (Confederación Empresarios Andalucía)
- <http://www.asempal.es/> (Confederación Empresarial de la Provincia de Almería)
- http://www.asempal.es/crea_empresas/crea_enlaces.htm(enlaces interés)
- <http://www.avalunion.es/>
- <http://blues.uab.es/olympic.studies/web/cast/index.html> (Centro Estudios Olímpicos)

- <http://blues.uab.es/olympic.studies/olympiclegacy/>
- **¡Error! Marcador no definido.** (Cámara Comercio, Industria y Navegación Almería)
- <http://www.camaralmeria.com/descargas/comparativa.pdf> (Encuesta de Coyuntura Empresarial)
- **¡Error! Marcador no definido.** (Almería últimas cifras)
- <http://www.camaralmeria.com/descargas/perspectivas2003.pdf> (Perspectivas Empresariales 2003)
- <http://www.camaralmeria.com/descargas/ieweb2001.pdf> (Informe económico de la provincia de Almería)
- <http://www.camaralmeria.com/descargas/AEC2001.pdf> (Almería en cifras)
- <http://www.camaralmeria.com/descargas/ecial0103.pdf> (Encuesta de coyuntura industrial de Almería)
- <http://www.camaralmeria.com/descargas/econsal0103.pdf> (Encuesta de la construcción de Almería)
- <http://www.camaralmeria.com/descargas/bct0103.pdf> (Boletín de coyuntura trimestral 1T 2003)
- **¡Error! Marcador no definido.** (Horizonte 2005)
- <http://www.cepes-andalucia.es/> (Confederación de Entidades Para la Economía Social de Andalucía)
- <http://www.coe.es/> (Comité Olímpico Español)
- <http://www.coi.org/> (Comité Olímpico Internacional)
- <http://www.e-empresarias.net/index.htm> (Programa de Apoyo empresarial a las mujeres)
- <http://www.eoi.es/> (Escuela de Organización Industrial)
- <http://www.eltoyo.net>
- <http://www.ico.es/public/es/portada/index.html> (Instituto Crédito Oficial)
- <http://www.ideal.es/almeria/edicion/actualidad/local/local.html> (Ideal Digital)
- <http://www.ifa.es/index.jsp> (Instituto Fomento Andalucía)
- <http://www.ine.es/> (Instituto Nacional de Estadística)
- <http://www.juntadeandalucia.es/economiayhacienda/fondos/documentacion/documentacion.htm> (Junta Andalucía. Fondos Unión Europea)
- http://www.juntadeandalucia.es/economiayhacienda/portada_g.shtml (Consejería Economía y Hacienda)

- <http://www.juntadeandalucia.es/empleoydesarrollotecnologico/ceydt/indexPadre.asp> (Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico)
- <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadistica/> (Instituto de Estadística de Andalucía)
- [http://www.juntadeandalucia.es/SP/Junta de Andalucía](http://www.juntadeandalucia.es/SP/Junta_de_Andalucia) (Junta Andalucía)
- <http://www.redr.es/grupos/> (Grupos de Acción Local)

- <http://redrural.mapya.es/web/default.asp> (LEADER+)
- <http://www.sport.fr/autres/mul/30183.shtm>
- <http://www.vountaris2000.org>