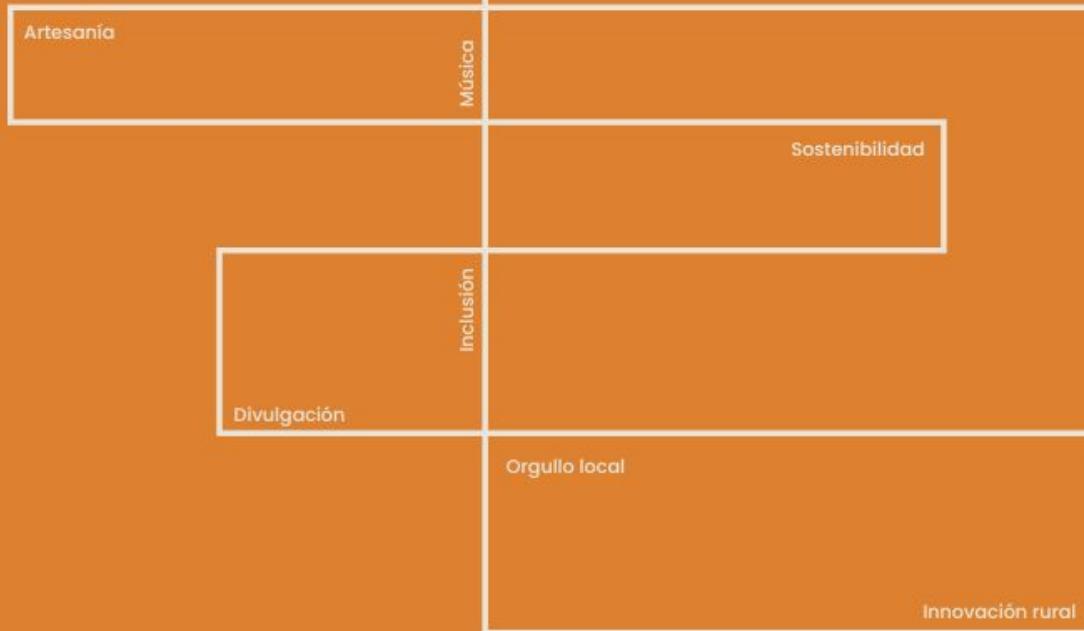


ESPACIOS EFÍMEROS



LLANES FICHA ESPECÍFICA Y PROPUESTA DE ACCIONES DE DINAMIZACIÓN



Principado de
Asturias

Consejería de
Medio Rural y
Política Agraria



Cofinanciado por
la Unión Europea



LEADER
Development led by local communities

 **Galicia
Suroeste**

ASOCIACIÓN
PARA EL DESARROLLO
RURAL E INTEGRAL
DEL ORIENTE
DE
ASTURIAS

 **Limia-Arnoia**
GDR-10

 **A2S**
ASSOCIACIÃO PARA O DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL DA REGIÃO SALOIA

1. CARACTERIZACIÓN SINTÉTICA DEL CONCEJO

Llanes presenta un perfil muy singular dentro del conjunto de municipios analizados. Se trata de un concejo costero de gran extensión, con capital en la villa homónima, que combina una base poblacional relevante en el contexto comarcal con una economía fuertemente orientada al sector servicios y, de forma muy especial, al turismo. Su localización entre el litoral cantábrico, la sierra del Cuera y la proximidad a los Picos de Europa, junto con la presencia de playas, patrimonio histórico y una buena conectividad por la A-8 y la N-634, explican su capacidad de atracción tanto para residentes como para visitantes y población estacional.

Con 13.486 habitantes en 2025, Llanes constituye el municipio más poblado de su entorno inmediato y actúa como centro funcional para una red de municipios próximos. Esta posición amplía su mercado potencial más allá de la población censada y refuerza su papel como polo de compras, servicios y gestiones en el Oriente de Asturias. A ello se suma una intensa actividad turística y una estructura territorial donde la villa de Llanes concentra una parte muy importante de la actividad económica, comercial y administrativa del concejo.

Desde el punto de vista económico, el municipio dispone de un tejido empresarial amplio, con 567 empresas activas en 2025, y de una base elevada de autoempleo, con 1.613 personas autónomas. Sin embargo, esta masa crítica se apoya en una estructura claramente especializada en hostelería, comercio y construcción, mientras que el sector primario, la industria y otros sectores productivos tienen un peso mucho más reducido. Al mismo tiempo, Llanes combina un papel económico dinámico con un progresivo envejecimiento demográfico, crecimiento natural negativo y una fuerte dependencia de la estacionalidad, elementos que condicionan de forma directa la estabilidad del comercio y de los servicios durante el conjunto del año.

2. CLAVES DEL SISTEMA COMERCIAL Y EMPRENDEDOR

La primera clave del sistema económico de Llanes es la fuerte coherencia entre tejido empresarial, trabajo autónomo y modelo territorial. Tanto las empresas como el autoempleo se concentran en actividades directamente vinculadas al turismo, al consumo cotidiano, a la hostelería y a la construcción. Esta especialización ha permitido consolidar un ecosistema económico potente y funcional, con capacidad de atraer gasto externo y de sostener una intensa actividad durante el verano. Sin embargo, esa misma concentración supone una exposición elevada a la estacionalidad y a los cambios en la demanda turística.

La segunda clave es el peso estructural del trabajo autónomo. Llanes mantiene un volumen muy relevante de personas autónomas, pero la evolución reciente muestra una tendencia descendente moderada, especialmente en el comercio tradicional y en el sector primario. Esto sugiere que, aunque el municipio conserva actividad suficiente, una parte del tejido de pequeña escala presenta dificultades de continuidad, adaptación o relevo. La pérdida de autoempleo no se traduce en una crisis general del modelo, pero sí en una señal de vulnerabilidad estructural que conviene atender.

La tercera clave es la existencia de una diversificación parcial, aunque todavía limitada, hacia actividades de mayor valor añadido. Los datos muestran crecimiento en servicios profesionales, actividades administrativas y auxiliares, educación y actividades sanitarias y sociales. Aunque estos bloques siguen

teniendo menos peso que hostelería, comercio o construcción, su evolución indica que Llanes dispone de una base real sobre la que reforzar actividades menos estacionales y más estables durante todo el año.

La cuarta clave es la heterogeneidad de la demanda. Llanes no atiende únicamente a una población local homogénea. En el municipio conviven residentes de larga duración, población mayor, población activa, nuevos residentes llegados de otras zonas, población extranjera y visitantes de temporada alta o de fin de semana. Esta diversidad obliga a pensar el comercio y los servicios desde una lógica segmentada, no desde una oferta uniforme. Del mismo modo, la función de polo comarcal introduce una demanda adicional procedente de municipios próximos, que debe ser tenida en cuenta en la estrategia comercial y de servicios.

3. RETOS PRIORITARIOS DE DINAMIZACIÓN

- a) El primer reto prioritario es sostener la base poblacional activa en un contexto de envejecimiento progresivo. Llanes mantiene una población relevante, pero su estructura demográfica muestra una proporción elevada de personas mayores, una edad media alta y crecimiento natural negativo. Esto condiciona la demanda estable a medio plazo y obliga a reforzar servicios dirigidos a población adulta y senior, sin perder capacidad de atracción para población activa y nuevos residentes.
- b) El segundo reto es reducir la dependencia estructural de la estacionalidad turística. La economía local se apoya fuertemente en actividades que intensifican su volumen en verano, mientras que el resto del año presenta menor demanda y más fragilidad empresarial. La cuestión estratégica no es eliminar esa especialización, sino compensarla con actividades, programaciones y servicios capaces de sostener mejor la actividad económica fuera de temporada.
- c) El tercer reto es frenar la pérdida y precarización del trabajo autónomo. La disminución del número total de autónomos, junto con la caída acusada en comercio y sector primario, indica que parte del tejido económico de pequeña escala tiene dificultades para sostenerse, especialmente fuera del pico turístico. Esto exige medidas centradas en continuidad, relevo, viabilidad y adaptación funcional.
- d) El cuarto reto es diversificar el modelo económico sin romper su coherencia territorial. Llanes no necesita implantar sectores ajenos a su realidad, pero sí reforzar servicios profesionales, técnicos, educativos, sanitarios, de apoyo empresarial y de transformación local que reduzcan la dependencia exclusiva de la hostelería, el comercio turístico y la construcción ligada al ciclo residencial y vacacional.
- e) El quinto reto es ajustar la oferta comercial a una demanda heterogénea y a una función supramunicipal real. El comercio local debe responder al mismo tiempo a residentes, población mayor, población extranjera, consumidores comarcales y visitantes. Si la oferta no se segmenta mejor, una parte de la demanda tenderá a desplazarse a otros formatos, canales o municipios.
- f) El sexto reto es conectar mejor mercado laboral, desempleo y necesidades del tejido económico. Aunque la tasa de paro es relativamente baja, el desempleo se concentra en mayores de 45 años, en el sector servicios y en mujeres, mientras que precisamente los servicios constituyen el bloque dominante del tejido local. Esto apunta a un desajuste funcional que requiere recualificación, formación práctica y mejor encaje entre demanda empresarial y perfiles disponibles.

- g) El séptimo reto es aprovechar de forma más estructurada el papel supramunicipal de Llanes como centro de compras, servicios y gestiones. El municipio ya ejerce esa función de hecho, pero necesita reforzarla desde una lógica de captación de gasto recurrente, no solo turístico, y hacerlo sin deteriorar la calidad urbana ni vaciar de sentido el comercio de proximidad.

4. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE INTERVENCIÓN

A partir de estos retos, la intervención en Llanes debe organizarse en torno a cinco líneas estratégicas.

- La primera consiste en reequilibrar la actividad comercial y de servicios a lo largo del año, reforzando la demanda fuera de temporada y reduciendo la vulnerabilidad asociada al pico estival.
- La segunda se centra en sostener el comercio de proximidad y el trabajo autónomo, facilitando testeo de nuevos proyectos, continuidad de negocios y relevo de actividades consolidadas.
- La tercera busca adaptar mejor la oferta comercial y de servicios a una demanda diversa, reforzando tanto los servicios dirigidos a población mayor como la capacidad de captar gasto procedente del entorno comarcal y de distintos perfiles de consumidores.
- La cuarta se orienta a diversificar internamente el modelo económico reforzando actividades profesionales, técnicas y de mayor valor añadido, con potencial para generar empleo menos estacional.
- La quinta pretende mejorar el encaje entre empleo, capacitación y necesidades reales del tejido económico, al tiempo que dota al municipio de herramientas de seguimiento continuo para orientar la acción pública.

5. TIPOLOGÍAS DE COMERCIO Y SERVICIOS PRIORITARIOS

En Llanes conviene priorizar, en primer lugar, comercio y servicios orientados a población residente estable, especialmente personas de más de 30 años y población mayor. En este bloque se incluyen comercio alimentario especializado y de proximidad, servicios personales, atención de cuidados ligeros, comercio cotidiano funcional y servicios vinculados al mantenimiento del hogar y de la vida diaria. Estas actividades contribuyen a sostener demanda anual y a reducir dependencia del visitante estacional.

En segundo lugar, deben reforzarse actividades con capacidad de funcionar fuera de temporada turística, como servicios profesionales, técnicos y de apoyo empresarial, formación no reglada, servicios digitales, mantenimiento especializado y servicios vinculados a vivienda habitual o segunda residencia. Se trata de segmentos que ya tienen cierta base en el municipio y que pueden aportar estabilidad económica más allá del verano.

En tercer lugar, resultan estratégicas las actividades con doble mercado, residente y visitante, capaces de sostenerse todo el año y escalar en temporada alta. Aquí encajan especialmente la hostelería diferenciada, el comercio especializado con identidad local, la cultura de proximidad, determinadas experiencias comercializables y servicios vinculados al ocio, al paisaje, a la naturaleza o al patrimonio.

En cuarto lugar, conviene reforzar actividades estratégicas para la diversificación económica, como pequeña transformación agroalimentaria, economía verde, servicios ambientales, rehabilitación sostenible y servicios digitales o remotos. No son sectores dominantes hoy, pero sí líneas realistas de refuerzo del modelo sin romper su coherencia territorial.

Por último, deben vigilarse aquellas actividades excesivamente redundantes, altamente estacionales o con escasa base de empleo estable, especialmente cuando dependen por completo del verano y compiten en un mismo nicho sin diferenciación clara. En estos casos, el objetivo no debería ser crecer en número, sino mejorar calidad, viabilidad y ajuste del mix comercial.

6. ENFOQUE ESTRATÉGICO DE INTERVENCIÓN

La estrategia para Llanes no debe plantearse como una corrección radical de su modelo económico, porque el turismo, la hostelería, el comercio y la construcción forman parte estructural de su identidad económica actual. El objetivo debe ser fortalecer ese modelo, reducir sus vulnerabilidades y hacerlo más estable, más diverso y mejor adaptado a la población residente y al mercado comarcal.

Desde esta perspectiva, la intervención debe actuar sobre tres planos simultáneos. En primer lugar, elevar el suelo económico anual, reduciendo la dependencia del verano mediante activación comercial, cultural y de servicios fuera de temporada. En segundo lugar, sostener y modernizar el pequeño tejido económico, especialmente el autoempleo y el comercio de proximidad, evitando cierres por envejecimiento, pérdida de rentabilidad o falta de relevo. En tercer lugar, diversificar internamente el sistema hacia servicios profesionales, técnicos, educativos, sanitarios y de apoyo que aporten mayor estabilidad y valor añadido.

En conjunto, la propuesta para Llanes no busca aumentar indiscriminadamente el número de actividades, sino orientar estratégicamente la actividad existente, reforzar su viabilidad y conseguir un modelo comercial y emprendedor más equilibrado, resiliente y coherente con la realidad demográfica, funcional y territorial del concejo.

7. PROPUESTA DE ACCIONES DE DINAMIZACIÓN

Línea estratégica 1. Reequilibrio estacional y activación de demanda fuera de temporada

Esta línea pretende reducir la dependencia de la campaña estival y elevar el nivel mínimo de actividad comercial y de servicios en otoño, invierno y primavera, con especial atención a residentes, visitantes de proximidad y público comarcal.

Acción: Programa de activación comercial fuera de temporada (octubre-marzo)

Esta actuación se plantea como un programa anual de dinamización comercial específicamente diseñado para el periodo de temporada baja, especialmente entre octubre y marzo. Su finalidad es sostener la actividad económica del comercio local fuera del periodo estival y reducir la volatilidad de ingresos que afecta de forma particular a los negocios más expuestos a la estacionalidad.

La actuación combinaría campañas temáticas de promoción, pequeñas acciones de visibilización del comercio, incentivos al consumo local y propuestas complementarias de carácter cultural o gastronómico.

No se trata de organizar eventos aislados, sino de articular una secuencia de acciones reconocibles y sostenidas en el tiempo, capaces de generar motivos de visita al casco urbano y al tejido comercial durante los meses de menor intensidad.

En Llanes esta acción tiene una importancia estratégica evidente. La fuerte especialización en hostelería, comercio y servicios orientados al visitante hace que los meses de temporada baja resulten decisivos para la continuidad de muchos negocios. Un programa bien diseñado puede ayudar a reforzar consumo residente, atraer público de cercanía y construir hábitos de visita también fuera del verano.

Objetivos específicos

- reducir la estacionalidad del consumo comercial
- incrementar la afluencia al núcleo urbano y a las zonas comerciales en meses valle
- mejorar la estabilidad de ingresos del comercio local fuera del verano
- reforzar la relación entre actividad comercial, vida urbana y programación de temporada baja
- favorecer la colaboración entre comercios y servicios en campañas compartidas

Ejemplos de aplicación

- campañas de otoño e invierno asociadas a compras de proximidad, gastronomía local o comercio especializado
- jornadas temáticas vinculadas a fines de semana concretos en temporada baja
- acciones promocionales coordinadas entre comercio, hostelería y servicios personales
- programación de pequeño formato que complemente la compra, como catas, talleres, demostraciones o propuestas familiares
- acciones específicas entre semana dirigidas a población residente y comarcal

Indicadores de seguimiento

- número de campañas o acciones desarrolladas entre octubre y marzo
- número de comercios y servicios participantes
- evolución de ventas durante los periodos de campaña, según información aportada por los negocios
- afluencia estimada en las zonas comerciales durante las acciones
- porcentaje de establecimientos que repiten participación
- valoración de impacto por parte del comercio participante

Acción: Agenda comercial y cultural de invierno

Esta actuación se orienta a incrementar la frecuencia de visita al casco urbano durante el invierno mediante una programación coordinada de actividades comerciales y culturales de pequeño formato. Su objetivo no es únicamente generar ventas directas, sino mantener vivo el espacio urbano, reforzar la percepción de actividad continuada y crear un contexto favorable para que comercio y hostelería sostengan mejor su funcionamiento en meses fríos.

La acción parte de una realidad clara: Llanes cuenta con activos patrimoniales, urbanos y culturales suficientes como para sostener una agenda de invierno con identidad propia. El problema no es la ausencia de capacidad, sino la necesidad de ordenar y coordinar propuestas para que funcionen como herramienta

de dinamización económica. La agenda debería combinar eventos recurrentes, programación distribuida y actividades compatibles con la escala local y la demanda real de temporada baja.

Esta actuación resulta especialmente útil porque conecta dos dimensiones que en Llanes deben trabajar juntas: la comercial y la experiencial. En una villa muy vinculada al turismo, reforzar la experiencia urbana fuera de temporada también ayuda a sostener el consumo.

Objetivos específicos

- incrementar la frecuencia de visita al casco urbano en invierno
- mejorar el movimiento peatonal y la actividad en el espacio público fuera de temporada
- reforzar la relación entre programación cultural y actividad comercial
- aumentar las oportunidades de consumo complementario en meses fríos
- mejorar la percepción de Llanes como villa activa todo el año

Ejemplos de aplicación

- mercados temáticos de invierno
- jornadas gastronómicas y rutas de pequeño formato
- actividades familiares en fines de semana de baja intensidad turística
- programación cultural vinculada a comercio y hostelería
- acciones coordinadas en torno a Navidad, carnaval, puentes o fines de semana específicos

Indicadores de seguimiento

- número de eventos realizados
- asistencia estimada
- número de negocios que participan o se benefician de la programación
- impacto percibido en afluencia y ventas por parte del comercio y la hostelería
- distribución temporal de acciones a lo largo de la temporada baja
- continuidad anual de la programación

Línea estratégica 2. Sostenibilidad del comercio de proximidad y continuidad del autoempleo

Esta línea aborda la necesidad de sostener el tejido económico de pequeña escala, facilitar la entrada de nuevos proyectos y evitar la pérdida de negocios consolidados por envejecimiento o falta de relevo.

Acción: Espacios de testeo comercial temporal (pop-ups)

Esta actuación plantea habilitar espacios temporales de experimentación comercial para facilitar la puesta en marcha de nuevas iniciativas económicas y reducir el riesgo inicial del autoempleo. Se plantea como una herramienta de acceso gradual a la actividad, especialmente útil para personas emprendedoras, perfiles en transición laboral, proyectos emergentes o iniciativas que necesiten validar su viabilidad antes de asumir costes fijos elevados.

En Llanes esta acción tiene sentido por varias razones. En primer lugar, porque existe un descenso del trabajo autónomo y barreras reales de entrada para nuevos proyectos. En segundo lugar, porque el municipio cuenta con una economía muy especializada donde no siempre resulta fácil incorporar nuevas

actividades sin una fase de prueba. En tercer lugar, porque los espacios temporales pueden servir también para diversificar la oferta y activar locales infrautilizados o espacios con potencial de uso comercial provisional.

El objetivo no es generar rotación sin continuidad, sino crear un mecanismo de testeo serio que permita comprobar qué propuestas tienen recorrido real en el municipio y en qué segmentos de mercado.

Objetivos específicos

- reducir el riesgo inicial asociado al inicio de nuevas actividades
- facilitar la entrada de nuevos proyectos comerciales y de servicios
- activar espacios vacíos o infrautilizados mediante usos temporales
- favorecer la diversificación de la oferta local
- detectar iniciativas con viabilidad para su consolidación posterior

Ejemplos de aplicación

- convocatorias abiertas para pop-ups de tres a seis meses
- cesión temporal de locales municipales o colaboración con propietarios privados
- testeo de comercio especializado, propuestas creativas, producto local, servicios personales o actividades vinculadas a turismo de baja estacionalidad
- proyectos piloto de venta física para negocios que hasta ahora operan de forma informal o digital
- iniciativas de relevo parcial de actividades ya existentes mediante presencia temporal

Indicadores de seguimiento

- número de proyectos participantes
- sectores representados en cada convocatoria
- tasa de continuidad o formalización posterior de los proyectos
- número de espacios activados temporalmente
- valoración de viabilidad al cierre de cada experiencia

Acción: Plan de apoyo al relevo generacional de comercios

Esta actuación busca evitar el cierre de comercios y pequeños negocios por jubilación o ausencia de relevo. La tendencia descendente del autoempleo y el envejecimiento de una parte del tejido comercial hacen necesario un mecanismo específico que ayude a identificar negocios en riesgo, acompañar traspasos y conectar titulares salientes con personas interesadas en emprender o continuar actividades ya existentes.

El valor de esta acción no está únicamente en preservar negocios concretos, sino en mantener funciones comerciales y de servicio que resultan útiles para la vida local y para la estructura económica del casco urbano y de determinados núcleos del concejo. En Llanes, la desaparición de pequeños comercios tradicionales o de servicios de proximidad no siempre se compensa con nuevas aperturas equivalentes, especialmente fuera de temporada. Por ello, el relevo no debe tratarse como un asunto privado aislado, sino como una cuestión de continuidad económica local.

Objetivos específicos

- evitar cierres por jubilación

- facilitar continuidad de negocios viables
- preservar servicios comerciales útiles para la población
- acompañar procesos de traspaso y transmisión de conocimiento
- favorecer el acceso de nuevos perfiles emprendedores a negocios ya implantados

Ejemplos de aplicación

- identificación de comercios sin relevo
- asesoramiento jurídico y económico para traspasos
- conexión con nuevos emprendedores
- bolsas de negocios en continuidad
- mentoría entre titulares salientes y entrantes

Indicadores de seguimiento

- número de traspasos acompañados
- número de comercios mantenidos abiertos
- sectores preservados
- continuidad de actividad a doce meses
- número de negocios incorporados al programa

Línea estratégica 3. Adaptación de la oferta a una demanda diversa y fortalecimiento del papel supramunicipal

Esta línea responde a dos rasgos muy claros del diagnóstico: por una parte, la diversidad de la demanda que atiende Llanes; por otra, su papel como centro de servicios y compras para un entorno comarcal más amplio. La dinamización comercial no puede pensarse solo desde el visitante estival ni solo desde el residente tradicional.

Acción: Dinamización de servicios de proximidad para población mayor

Esta actuación se orienta a adecuar la oferta comercial y de servicios a un segmento creciente y estable de población: las personas mayores. Llanes presenta una estructura demográfica envejecida y una parte muy importante del consumo recurrente se concentra en población adulta y senior. Por tanto, reforzar servicios de proximidad dirigidos a este público no es una medida asistencial, sino una estrategia económica de estabilidad anual.

La propuesta incluye impulsar servicios y productos adaptados a mayores de 65 años, reforzar atención personalizada, facilitar reparto o accesibilidad y mejorar la adecuación del comercio cotidiano a una demanda que no depende del turismo y que está presente durante todo el año. Esta línea permite sostener actividad recurrente, reforzar la fidelización y mejorar la calidad de vida local al mismo tiempo.

Objetivos específicos

- adecuar la oferta comercial y de servicios a la población mayor
- incrementar el consumo recurrente y estable
- mejorar accesibilidad y funcionalidad de servicios cotidianos

- reforzar la fidelización de un segmento estratégico de demanda
- sostener actividad económica fuera de temporada turística

Ejemplos de aplicación

- servicios de reparto o atención personalizada para personas mayores
- adaptación de comercios de proximidad a necesidades funcionales específicas
- refuerzo de servicios personales y cotidianos orientados a población senior
- acciones de visibilización de servicios útiles para mayores
- actividades diurnas o propuestas de cercanía vinculadas a consumo estable

Indicadores de seguimiento

- número de servicios o negocios adaptados
- número de usuarios atendidos
- frecuencia de uso de los servicios puestos en marcha o reforzados
- nivel de satisfacción de las personas usuarias
- evolución del consumo recurrente asociado a este segmento
- continuidad anual de la oferta adaptada

Acción: Campañas de compra comarcal coordinadas

Esta actuación pretende captar gasto procedente de municipios vecinos y reforzar el papel de Llanes como cabecera comercial y de servicios del entorno. Aunque esa función ya existe de forma implícita, no siempre se explota de manera estructurada desde una lógica de promoción comercial coordinada.

La propuesta consiste en diseñar campañas conjuntas orientadas a población de Ribadesella, Cangas de Onís, Cabrales, Ribadedeva y otros municipios cercanos, reforzando la oferta de Llanes como centro de compras, gestiones y servicios. La importancia de esta actuación radica en que amplía el mercado potencial sin depender exclusivamente del turismo y permite apoyar una demanda más recurrente.

En un municipio que ya tiene escala y oferta suficiente, el reto no es crear centralidad, sino explotarla mejor y convertirla en captación efectiva de gasto.

Objetivos específicos

- aumentar el gasto procedente de municipios del entorno
- consolidar el papel supramunicipal de Llanes
- reforzar visibilidad del comercio local a escala comarcal
- aumentar visitantes no residentes fuera de grandes picos turísticos
- mejorar la captación de demanda recurrente

Ejemplos de aplicación

- campañas específicas dirigidas a población comarcal
- promoción conjunta de comercio y servicios especializados de Llanes
- acciones vinculadas a días concretos de compras o servicios
- comunicación territorial segmentada por municipios cercanos

- colaboración puntual con agentes del entorno para amplificar alcance

Indicadores de seguimiento

- procedencia de clientes en campañas
- impacto en ventas asociado a acciones comarcales
- número de negocios participantes
- afluencia supramunicipal estimada
- continuidad y repetición de campañas
- valoración del comercio sobre utilidad de la acción

Acción: Segmentación comercial por públicos

Esta actuación persigue adaptar la oferta comercial y de servicios a perfiles diversos de consumidores: residentes habituales, población mayor, población extranjera, jóvenes, visitantes y usuarios estacionales. La homogeneidad de la oferta puede reducir capacidad de captación y fidelización en un municipio que, precisamente, se caracteriza por una demanda plural.

La acción propone analizar los principales perfiles de consumo y ayudar a que comercio y servicios ajusten mejor surtido, comunicación, formatos de atención y propuestas de valor. No se trata de que cada negocio atienda a todos los públicos, sino de que identifique mejor cuál es su cliente principal y cómo relacionarse con él.

En Llanes esta segmentación es especialmente relevante porque parte del comercio se mueve entre la demanda local cotidiana y la demanda turística o de proximidad, y porque el peso de la población extranjera y del consumidor comarcal introduce matices que no deberían ignorarse.

Objetivos específicos

- adaptar mejor la oferta a distintos perfiles de demanda
- mejorar eficacia de campañas y promociones
- incrementar fidelización y adecuación oferta-demanda
- reforzar competitividad del comercio local
- reducir homogeneidad excesiva de la oferta

Ejemplos de aplicación

- estrategias específicas para residentes, población mayor, población extranjera y turistas
- revisión de horarios, surtido o mensajes según públicos
- campañas segmentadas por perfil de cliente
- mejora de comunicación en escaparates, redes o atención presencial
- encuestas o herramientas sencillas de conocimiento del cliente

Indicadores de seguimiento

- acciones segmentadas desarrolladas
- respuesta del público a campañas específicas
- incremento de ventas vinculadas a segmentos definidos

- número de negocios que aplican ajustes
- mejoras observadas en adecuación oferta-demanda
- valoración de los negocios participantes

Línea estratégica 4. Diversificación económica y refuerzo de actividades de mayor valor añadido

Esta línea busca diversificar el modelo económico reforzando actividades profesionales, científicas, técnicas y de soporte que ya muestran crecimiento y que pueden aportar mayor estabilidad anual.

Acción: Incentivos a actividades profesionales, científicas y técnicas

Esta actuación se plantea como una medida de apoyo a la diversificación económica del concejo. Los servicios avanzados tienen todavía un peso moderado en comparación con los grandes bloques dominantes, pero muestran crecimientos significativos y constituyen una vía realista para generar actividad menos estacional y más cualificada.

La propuesta incluye medidas de atracción, apoyo o visibilización dirigidas a despachos profesionales, servicios técnicos, consultoría, actividades digitales y creativas, así como otras funciones de soporte al tejido económico local. La finalidad no es competir con ciudades mayores, sino consolidar una base local suficiente de actividad profesional y técnica compatible con la escala y el perfil territorial de Llanes.

Esta línea tiene interés estratégico porque contribuye a equilibrar el modelo, ampliar la oferta económica y generar empleo más estable.

Objetivos específicos

- diversificar el tejido económico local
- aumentar el peso relativo de actividades de mayor valor añadido
- reducir dependencia de sectores fuertemente estacionales
- generar empleo más estable y cualificado
- reforzar servicios de soporte para empresas y residentes

Ejemplos de aplicación

- medidas de atracción para actividades técnicas y profesionales
- directorios y visibilización de servicios avanzados
- apoyo a actividades digitales, creativas o de consultoría
- conexión con redes profesionales o viveros empresariales
- incentivos ligeros a implantación o consolidación de servicios especializados

Indicadores de seguimiento

- número de nuevas empresas o actividades del sector
- empleo generado o consolidado
- permanencia de los proyectos a medio plazo
- evolución del peso relativo de estos servicios en el tejido local
- número de profesionales incorporados o reforzados

- valoración de impacto sobre diversificación económica

Línea estratégica 5. Empleo, capacitación y seguimiento estratégico

Esta línea aborda dos cuestiones de soporte fundamentales: el desajuste entre perfiles desempleados y necesidades reales del tejido económico, y la falta de herramientas de seguimiento operativo de la actividad comercial y emprendedora.

Acción: Programa de formación práctica para mayores de 45 años

Esta actuación busca mejorar la empleabilidad del principal grupo de personas desempleadas del municipio: mayores de 45 años, con fuerte presencia femenina y concentración en el sector servicios. La propuesta parte de una idea básica: la formación debe responder a necesidades reales del mercado local, no a una lógica abstracta o desconectada del tejido económico existente.

La actuación debería centrarse en contenidos prácticos vinculados a comercio, atención al público, hostelería, cuidados, mantenimiento, turismo de proximidad y servicios auxiliares. La finalidad es facilitar recualificación funcional, mejorar posibilidades de inserción y cubrir necesidades concretas del tejido económico local.

En Llanes esta línea es especialmente importante porque permite intervenir sobre uno de los desajustes más claros del diagnóstico: la coincidencia entre el peso del desempleo en servicios y el dominio de los servicios en la economía local, sin que eso garantice un buen encaje automático entre oferta y demanda de trabajo.

Objetivos específicos

- mejorar empleabilidad de personas desempleadas mayores de 45 años
- reducir el desajuste entre perfiles disponibles y necesidades del mercado local
- favorecer inserción en sectores con demanda real
- reforzar la capacitación en servicios, cuidados, comercio y hostelería
- mejorar la cobertura de vacantes locales con perfiles adecuados

Ejemplos de aplicación

- formación práctica en atención al cliente y pequeño comercio
- capacitación en cuidados, servicios personales y atención de proximidad
- formación en hostelería básica, apoyo operativo y turismo de cercanía
- programas vinculados a mantenimiento, servicios auxiliares o apoyo residencial
- itinerarios con participación de empresas locales

Indicadores de seguimiento

- número de personas formadas
- tasa de finalización de la formación
- inserciones laborales logradas
- sectores de destino de las personas participantes
- participación de empresas en diseño o acogida

- distribución de participantes por sexo y edad

Acción: Observatorio local de actividad comercial

Esta actuación propone la creación de un sistema sencillo y operativo de seguimiento de la actividad comercial y económica del municipio. Su objetivo es dotar al ayuntamiento y a los agentes económicos de información útil y periódica para tomar decisiones basadas en datos y ajustar políticas de dinamización con mayor precisión.

El observatorio debería recoger información sobre altas y bajas, evolución de sectores, empleo, autoempleo, estacionalidad, supervivencia de negocios y otros indicadores básicos. No se trata de crear una estructura compleja, sino una herramienta ligera y operativa que permita leer tendencias y anticipar problemas.

En un municipio como Llanes, donde la estacionalidad y la rotación de actividades son determinantes, esta herramienta es especialmente importante para no gestionar el comercio únicamente a partir de percepciones o de datos demasiado generales.

Objetivos específicos

- mejorar la toma de decisiones públicas basada en datos
- facilitar el seguimiento continuo del tejido comercial y emprendedor
- evaluar impacto de políticas y acciones de dinamización
- anticipar tensiones sectoriales y cambios estructurales
- construir una base de información útil para la planificación anual

Ejemplos de aplicación

- seguimiento periódico de altas y bajas
- informes por temporada sobre evolución de actividad
- lectura anual del mix sectorial, empleo y supervivencia de negocios
- cuadros de mando básicos para uso municipal
- revisión comparativa de indicadores año a año

Indicadores de seguimiento

- número de actualizaciones realizadas
- informes generados y periodicidad
- número de indicadores incluidos en el sistema
- uso efectivo del observatorio en decisiones públicas
- continuidad temporal de las series comparativas
- número de campañas o políticas evaluadas con base en el sistema