

PROGRAMA FSE - EOI

**NECESIDADES SECTORIALES DE
FORMACION PARA LA CREACION
DE EMPLEO EN LA
COMUNIDAD AUTONOMA DE
ARAGON**

COMUNIDADES AUTONOMAS

II

**ESCUELA DE ORGANIZACION INDUSTRIAL
M A D R I D**

1995

INDICE NECESIDADES SECTORIALES

1. INTRODUCCION	Pag.
1.1. Asistencias Técnicas para el Programa	
F.S.E.-E.O.I.: Etapa 1. Marco de Actuación	1
1.2. Introducción específica	24
2. RELACION DE SECTORES A ESTUDIAR	37
3. ESTUDIO POR SECTORES	40
3.1. Industria agroalimentaria	41
3.2. Construcción e Instalación	80
3.3. Industria química y transformados del caucho	122
3.4. Productos metálicos	161
3.5. Maquinaria y material eléctrico y electrónico	206
3.6. Industria textil	242
3.7. Industria de la piel, cuero y calzado	278
3.8. Industria de la madera, corcho y muebles	
de madera	310
3.9. Sector de comercio	346
3.10. Sector turístico	385

4. AREAS DOCENTES DISEÑADAS	412
4.1. Nuevas Tecnologías para la Gestión Empresarial	417
4.2. Planificación estratégica para desarrollo de las PYMES	423
4.3. Gestión de empresas. Area Marketing	429
4.4. Gestión de empresas. Area Financiera	435
4.5. Formación de Emprendedores	441
4.6. Medio Ambiente	447
4.7. Gestión de Operaciones Industriales	453
5. CUADRO DE ACCIONES FORMATIVAS POR SECTOR	458
5.1. Industria agroalimentaria	459
5.2. Construcción e Instalación	462
5.3. Industria química y transformados del caucho	465
5.4. Fabricación de productos metálicos	468
5.5. Maquinaria y material eléctrico y electrónico	471
5.6. Industria textil	474
5.7. Industria de la piel, cuero y calzado	477
5.8. Industria de la madera, corcho y muebles de madera	480
5.9. Sector de comercio	483
5.10. Sector turístico	486

6. RESUMEN NUMERICO DE ACCIONES DE FORMACION PARA INDIVIDUOS DE NIVEL SUPERIOR	489
7. ANEXOS	491
7.1. Estadística comarcal	492
7.2. Anexo cartográfico	503
7.3. Bibliografía	515

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

Composición del sector

Este sector está compuesto por dos subsectores básicos:

a) Industria de la madera y del corcho.

Dentro de la industria de la madera se incluye:

- Preparación industrial de la madera; labores de aserrado y cepillado.
- Fabricación de chapas, tableros, alistonados, envases y embalajes y demás piezas de carpintería y ebanistería.
- Fabricación de productos de corcho, cestería y espartería.

b) Fabricación de muebles de madera.

Este subsector hace referencia exclusivamente a:

- La fabricación de mobiliario doméstico, escolar, de oficina y establecimientos comerciales y de jardín.
- Actividades relacionadas con el tratamiento complementario a la fabricación del mueble, como barnizado, lacado, etc.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

Se han excluido los fabricados de madera para productos de bisutería, deporte, juguetes, brochas y cepillos, etc. Aún así, la fabricación de muebles de madera aporta el 65% de los establecimientos y el empleo del sector.

El peso de este sector en el conjunto de la economía regional es escaso, lo que afecta, indirectamente, a la fabricación de otros materiales relacionados con esta actividad, especialmente textiles.

Distribución espacial

La distribución provincial de empresas y empleo se caracteriza por su localización mayoritaria en Zaragoza. La evolución de los últimos cinco años parece apuntar la tendencia a reducir esta proporción, en favor, sobre todo, de Teruel.

En el interior de las provincias, sin embargo, la localización en Zaragoza, se distribuye en proporciones prácticamente similares entre la capital y los municipios rurales mientras que en Huesca y Teruel estos últimos agrupan en torno al 80% de los establecimientos y del empleo provincial.

La comarca de Ribera del Ebro-Zaragoza concentra el 60% de las empresas y el 53,9% del empleo. Contrasta con esta concentración la ausencia total de establecimientos en la comarca oriental zaragozana, Bajo Aragón-Caspe, y las tres comarcas al sur de la provincia, Daroca, Campo de Cariñena y Tierra de Belchite; y en Huesca, la comarca de Monegros y las pirenaicas central y oriental.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

Evolución de la Producción Bruta 1985 - 1992 (M.M. Pts.)

	<i>Aragón</i>		<i>España</i>	
	<i>Producción</i>	<i>Base 100</i>	<i>Producción</i>	<i>Base 100</i>
1985	22.118	100,0	521.503	100,0
1986	24.412	110,4	575.394	110,3
1987	25.442	115,0	665.983	127,7
1988	29.127	131,7	795.980	152,6
1989	36.438	164,7	910.491	174,6
1990	35.445	160,3	984.210	188,7
1991	35.423	160,2	1.037.924	199,0
1992	35.269	159,5	1.050.429	201,4

Fuente: INE. Encuesta Industrial, 1991, 1993 y 1995. Elaboración propia.

Desde 1985, la industria de la madera y el mueble ha seguido una evolución positiva cuyo máximo se registra en 1989, fecha desde la cual ha experimentado un ligero descenso. Pese a que el balance final es positivo, la tasa de crecimiento es muy inferior a la nacional, cuya evolución ha seguido una tendencia constante, algo ralentizada tan solo en los dos últimos años.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

El peso de su aportación a la Producción Bruta Industrial de Aragón es muy escaso y se ha reducido aún más en este período, en el que ha pasado del 2,7% inicial a un 2,3% en el último año.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

Evolución del V.A.B. 1985 - 1992 (MM. Pts.)

	<i>Aragón</i>		<i>España</i>	
	<i>V.A.B.</i>	<i>Base 100</i>	<i>V.A.B.</i>	<i>Base 100</i>
1985	9.361	100,0	228.207	100,0
1986	10.669	114,0	243.608	106,7
1987	10.666	113,9	262.695	115,1
1988	12.616	134,8	311.406	137,4
1989	14.629	156,3	345.187	151,3
1990	14.687	156,9	379.452	166,3
1991	13.391	143,0	400.906	175,7
1992	13.632	145,6	410.011	179,7

Fuente: INE. Encuesta Industrial, 1991, 1993 y 1995. Elaboración propia.

El Valor Añadido Bruto ha seguido una evolución similar a la Producción, pero su peso relativo en el conjunto regional ha mantenido pérdidas constantes desde el 3,5 % de 1985 hasta un 2,8% en 1992.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, COCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

N° de empresas según volumen de ventas (MM. Pts.) 1992
(% vertical)

MM. Pts.	Obtención y primera transformación de la madera	Fabricación de envases y embalajes	Carpintería y fabricación de artículos de madera
< 101	23 (59,0)	16 (72,7)	97 (80,9)
101 - 250	10 (25,6)	6 (27,3)	16 (13,3)
251 - 500	5 (12,8)	-	5 (4,2)
501 - 1.000	-	-	1 (0,8)
1.001 - 2.000	-	-	1 (0,8)
2.001 - 5.000	1 (2,6)	-	-
> 5.000	-	-	-
TOTAL	39 (100)	22 (100)	120 (100)

Fuente: IMPI, Directorio de empresas 1993.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

(Cont.) N° de empresas según volumen de ventas (MM. Pts.) 1992
(% vertical)

MM. Pts.	Fabricación de artículos de junco, caña y mimbre	Industria del mueble de madera	Total Sector
< 101	1 (100)	129 (79,6)	266 (77,3)
101 - 250	-	22 (13,6)	54 (15,7)
251 - 500	-	7 (4,3)	17 (4,9)
501 - 1.000	-	4 (2,5)	5 (1,5)
1.001 - 2.000	-	-	1 (0,3)
2.001 - 5.000	-	-	1 (0,3)
> 5.000	-	-	-
TOTAL	1 (100)	162 (100)	344 (100)

Fuente: IMPI, Directorio de empresas 1993.

La distribución de las empresas por volumen de ventas refleja la importancia de la pequeña empresa en el conjunto del sector: aproximadamente el 3% supera los 500 Mp. de ventas.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

Volumen de las importaciones y exportaciones del Sector (miles de Pts.) 1992 y 1993

	<i>Importaciones</i>			
	<i>1992</i>		<i>1993</i>	
	<i>Total</i>	<i>%</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
<i>Zaragoza</i>	3.017.719	83,5	1.792.628	85,2
<i>Huesca</i>	341.688	9,5	152.377	7,2
<i>Teruel</i>	256.133	7,0	159.892	7,6
<i>ARAGON</i>	3.615.540	100	2.104.897	100

	<i>Exportaciones</i>			
	<i>1992</i>		<i>1993</i>	
	<i>Total</i>	<i>%</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
<i>Zaragoza</i>	283.020	41,2	352.280	33,1
<i>Huesca</i>	147.987	21,6	196.957	18,4
<i>Teruel</i>	255.571	37,2	517.084	48,5
<i>ARAGON</i>	686.578	100	1.066.321	100

Fuente: CONSEJO ECONOMICO DE LA CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ARAGON,
Informe económico de Aragón, 1993,

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura socioeconómica

El volumen total de importaciones y, especialmente, de exportaciones del sector es uno de los más bajos, al igual que el resto de los sectores de actividad tradicional en Aragón, pese a haber aumentado este último un 35,6% entre 1992 y 1993.

Del total de importaciones, algo más del 85%, tienen como destino Zaragoza, mientras Teruel exporta casi el 50% del total regional, única provincia en la que el peso relativo de las exportaciones se ha visto incrementado.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura empresarial

*N° de empresas según volumen de empleo
1990 y 1995*

	1990		1995	
	Total	%	Total	%
<i>sin empleo</i>	-	-	64	7,6
<i>< 10</i>	2.314	91,7	650	76,8
<i>10 - 19</i>	136	5,4	86	10,2
<i>20 - 29</i>	39	1,5	21	2,4
<i>30 - 49</i>	22	0,9	11	1,3
<i>50 - 99</i>	6	0,2	11	1,3
<i>100 - 250</i>	5	0,2	3	0,3
<i>> 250</i>	1	0,1	-	-
TOTAL	2.523	100	846	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por MINER, Registro de establecimientos industriales 1990; y D.G.A. Servicio de Promoción Industrial, Actualización del Registro de establecimientos industriales de 1993 (mayo 1995).

La industria de la madera y el mueble se ha caracterizado, tradicionalmente, por el pequeño tamaño de sus establecimientos y escasa capacidad competitiva. La crisis ha castigado especialmente a este tipo de empresas, produciéndose una importante desaparición de empresas, sobre todo de las de menor tamaño.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura empresarial

Este hecho es común tanto en la industria de la madera como en la de fabricación de mobiliario; en ambos subsectores, el 85% corresponde a empresas con menos de 10 empleados, si bien esta proporción se ha reducido respecto a 1990.

El tamaño medio de las empresas confirma este hecho: en ninguna de las tres provincias se superan los 10 empleos por establecimiento, aunque en todos los casos la media se ha visto incrementada en los últimos cinco años.

No obstante, el subsector de la industria de la madera posee una media algo mayor de 8,1 trabajadores por empresa, frente a la industria del mueble que apenas supera los 5 empleos.

*Tamaño medio de las empresas 1990 y 1995
(nº de trabajadores/empresa)*

	1990	1995
<i>Zaragoza</i>	4,4	6,0
<i>Huesca</i>	2,5	4,2
<i>Teruel</i>	4,4	9,1
<i>ARAGON</i>	4,1	6,2

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por MINER, Registro de establecimientos industriales 1990; y D.G.A. Servicio de Promoción Industrial, Actualización del Registro de establecimientos industriales de 1993 (mayo 1995).

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura empresarial

Distribución provincial de las empresas 1990 y 1995 .

	1990		1995	
	Total	%	Total	%
Zaragoza	1.800	71,4	595	70,3
Huesca	402	15,9	131	15,5
Teruel	321	12,7	120	14,2
ARAGON	2.523	100	846	100

Distribución interna 1995 (% horizontal)

	Capital		Municipios rurales	
	Total	%	Total	%
Zaragoza	319	53,6	276	46,4
Huesca	25	19,1	106	80,9
Teruel	27	22,5	93	77,5
ARAGON	371	43,8	475	56,2

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por MINER, Registro de establecimientos industriales 1990; y D.G.A. Servicio de Promoción Industrial, Actualización del Registro de establecimientos industriales de 1993 (mayo 1995).

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura empresarial

Tendencias de las empresas del sector

<u>Percepción</u>	<u>%</u>
<i>Estable</i>	52
<i>En declive</i>	44
<i>En crecimiento</i>	2
<i>NS/NC</i>	2

Fuente: E.O.I. Telemarketing 1995.

La percepción de los responsables del sector encuestados sobre el futuro de las empresas se reparte en proporciones similares entre la estabilidad y el declive.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Necesidades de la empresa

*Subcontratación actual o inmediata de procesos de suministro, fabricación o distribución
(% vertical y respuesta múltiple)*

<i>NO</i>	98
<i>SI</i>	2

Procesos que subcontratarían

<i>Transporte/Distrib.</i>	-
<i>Fabric./Producción</i>	100 %
<i>Suministros</i>	-
<i>Servicios</i>	-
<i>Comercial</i>	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

Tan solo uno de los encuestados se muestra favorable a la subcontratación de procesos productivos, lo que revela la existencia de una estructura productiva básica, tradicional en este sector.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Necesidades de la empresa

Acuerdos de cooperación con otras empresas (% vertical y respuesta multiple)

NO 96

SI 4

Procesos que subcontratarían

Comercial/Marketing 100 %

Cooperación Comercial 50 %

Formación -

Distribución -

Servicios -

I+D -

Exportación -

Otros -

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

En el caso de los acuerdos de cooperación con otras empresas, los resultados tampoco revelan una predisposición a establecer algún tipo de cooperación que podría contribuir a un favorable incremento de la competitividad en las empresas del sector.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

*Nº de trabajadores según volumen de empleo
de las empresas, 1990 y 1995*

	1990		1995	
	Total	%	Total	%
< 10	5.409	52,3	2.146	40,9
10 - 19	1.744	16,9	1.172	22,4
20 - 29	916	8,9	486	9,3
30 - 49	839	8,1	386	7,4
50 - 99	434	4,2	676	12,9
100 - 250	672	6,5	376	7,1
> 250	325	3,1	-	-
TOTAL	10.339	100	5.242	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por MINER, Registro de establecimientos industriales 1990; y D.G.A. Servicio de Promoción Industrial, Actualización del Registro de establecimientos industriales de 1993 (mayo 1995).

La desaparición de un número importante de pequeñas empresas y de parte de las de tamaño mediano da un balance final de empleo negativo en el último quinquenio.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

La proporción de empleos en los establecimientos pequeños del sector viene dada por el peso de este grupo en el subsector mayoritario, la industria del mueble, en donde supone el 45 % de los mismos. En la industria de la madera, sin embargo, no alcanza el 34 %.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

Evolución del Sector 1985 - 1992: Personas ocupadas

	<i>Aragón</i>		<i>España</i>	
	<i>Nº Personas</i>	<i>Base 100</i>	<i>Nº Personas</i>	<i>Base 100</i>
1985	4.941	100,0	144.580	100,0
1986	5.019	101,6	144.328	99,8
1987	4.721	95,5	150.544	104,1
1988	4.815	97,4	154.059	106,6
1989	5.378	108,8	156.517	108,3
1990	5.480	110,9	162.567	112,4
1991	5.552	112,4	161.597	111,8
1992	4.729	95,7	156.002	107,9

Fuente: INE. Encuesta Industrial, 1991, 1993 y 1995. Elaboración propia.

La evolución del número de personas ocupadas entre 1985 y 1992 revela el mantenimiento inestable del empleo en el sector, tanto a nivel regional como nacional, si bien en el caso de Aragón el balance final es negativo, aunque moderado, con pérdidas de algo más del 4%.

Su aportación al total de la ocupación industrial de Aragón es del 5,4%, algo inferior al peso relativo con que contaba al comienzo del período: el 6,1%.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

Distribución provincial del empleo 1990 y 1995

	1990		1995	
	Total	%	Total	%
Zaragoza	7.939	76,8	3.592	68,5
Huesca	991	9,6	557	10,6
Teruel	1.409	13,6	1.093	20,9
ARAGON	10.339	100	5.242	100

Distribución interna 1995 (% horizontal)

	Capital		Municipios rurales	
	Total	%	Total	%
Zaragoza	1.660	46,2	1.932	53,8
Huesca	80	14,4	477	85,6
Teruel	185	16,9	908	83,1
ARAGON	1.925	36,7	3.317	63,3

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por MINER, Registro de establecimientos industriales 1990; y D.G.A. Servicio de Promoción Industrial, Actualización del Registro de establecimientos industriales de 1993 (mayo 1995).

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

Evolución del coste de personal 1985 - 1992 (MM. Pts.)

	<i>Aragón</i>		<i>España</i>	
	<i>Coste Personal</i>	<i>Base 100</i>	<i>Coste Personal</i>	<i>Base 100</i>
1985	4.652	100,0	131.478	100,0
1986	4.905	105,4	140.030	88,8
1987	5.201	111,8	157.589	119,8
1988	5.607	120,5	174.594	132,8
1989	6.209	133,5	189.546	144,2
1990	7.608	163,5	217.249	165,2
1991	8.634	185,6	237.946	181,0
1992	7.592	163,2	254.142	193,3

Fuente: INE. Encuesta Industrial, 1991, 1993 y 1995. Elaboración propia.

El coste de personal se ha incrementado progresivamente en Aragón hasta 1991, en proporción ligeramente superior a España, reduciéndose después a niveles inferiores a los alcanzados al comienzo de la década.

Su peso relativo en el conjunto regional, sin embargo, ha mantenido un descenso constante, pasando de 5,3% a 3,0% en 1992.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura de empleo

*Evolución de la población asalariada y no asalariada
y productividad del factor trabajo (miles de Ptas)
1985 y 1992*

	1985		1992	
	Total	%	Total	%
<i>Población asalariada</i>	5.602	72,4	6.847	95,8
<i>Población no asalariada</i>	2.135	27,6	300	4,2
<i>Total población ocupada</i>	7.737	100	7.147	100
<i>Productividad</i>	1,595		2,693	

Fuente: Tablas I-O Aragón 1985 y 1992. Elaboración propia.

Las Tablas I-O de Aragón confirman el mantenimiento de la población ocupada, a lo largo del período observado, en niveles ligeramente inferiores pero aportando una variación importante: una significativa pérdida de peso de la población no asalariada.

Es interesante destacar que durante este período se ha producido un importante desplazamiento de los centros de atracción de empleo del sector: Zaragoza ha pasado de agrupar el 66,7% de la población ocupada a un volumen algo inferior al 15% del total regional.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, COXCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura de empleo

La industria del mueble y la madera se encuentra entre los sectores de más baja productividad de la industria aragonesa. Pese a haber aumentado en este período, se ha reducido su peso relativo.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

Necesitan puestos de trabajo en su empresa (% vertical y respuesta multiple)

<i>NO</i>	52
<i>SI</i>	48

Puestos que necesitan

<i>Administrativos</i>	8,3 %
<i>Técnicos</i>	-
<i>Operarios/peones</i>	79,2 %
<i>Comerciales</i>	4,2 %
<i>Cuadros Medios</i>	4,2 %
<i>NS/NC</i>	16,7 %

Fuente: EOI. Telemarketing, 1995.

Casi la mitad de lo encuestados afirman necesitar algún puesto de trabajo, mayoritariamente del equipo de operarios y peones.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo (% horizontal)

	<i>Aumentará</i>	<i>Se mantendrá</i>	<i>Disminuirá</i>	<i>NS/NC</i>
<i>Directivos</i>	1	98	-	1
<i>Técnicos</i>	2	94	2	2
<i>Administrativos</i>	4	94	-	2
<i>Secretarias</i>	2	96	-	2
<i>Personal Aux.</i>	2	96	-	2
<i>Obreros</i>	32	60	6	2
<i>Obreros espec.</i>	20	74	4	2
<i>Cuadros medios</i>	10	88	-	2

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

La previsión de aumento de plantilla confirma la necesidad de obreros y obreros especializados y, en menor proporción, de cuadros medios y administrativos.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

	<i>Necesidad de más recursos humanos (% horizontal)</i>			
	<i>NO</i>	<i>SI</i>		<i>NS/NC</i>
		<i>Especializando personal actual</i>	<i>Buscando personal</i>	
<i>Idiomas</i>	84	14	2	-
<i>Informática</i>	84	16	-	-
<i>Medio Ambiente</i>	100	-	-	-
<i>Dirección</i>	96	4	-	-
<i>Contabilidad</i>	92	8	-	-
<i>Conocimientos CE</i>	90	10	-	-
<i>Exportación</i>	86	14	-	-
<i>Logística</i>	100	-	-	-
<i>Marketing</i>	90	10	-	-
<i>Finanzas</i>	100	-	-	-
<i>Otros</i>	100	-	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORTAJO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

La moderada necesidad de recursos humanos se resolvería, casi exclusivamente, mediante la especialización del personal actual, correspondiendo la mayor proporción al área de Informática seguido por la Exportación, Idiomas, Marketing y Conocimiento de la C.E..

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Estructura del empleo

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal (% vertical)

	<i>Personal Superior</i>	<i>Personal Medio</i>	<i>Administrativos</i>	<i>Otros</i>
<i>Viernes y Sabado mañana</i>	10	10	10	10
<i>1 tarde por semana</i>	28	28	28	28
<i>2 tardes por semana</i>	2	2	2	2
<i>1 día por semana</i>	-	-	-	-
<i>En horario no laboral</i>	14	14	14	14
<i>En función del curso</i>	6	6	6	6
<i>Otros</i>	4	4	4	4
<i>NS/NC</i>	36	36	36	36

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

Respecto al tiempo que dedicaría el personal a su formación, no se dan diferencias entre los distintos grupos profesionales: la mayor parte parece optar por una tarde a la semana y en horario no laboral, con una proporción importante de los que no se definen por ninguna opción.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Evolución futura del empleo

<i>Evolución futura del empleo (% horizontal)</i>				
	<i>Perderá</i>	<i>Conservará</i>	<i>Aumentará</i>	<i>NS/NC</i>
<i>Operarios</i>	20	48	14	18
<i>Cuadros medios</i>	16	52	14	18
<i>Especialistas</i>	16	50	16	18
<i>Profes. de nivel</i>	16	54	12	18

Fuente: EOI. Telemarketing, 1995.

La evolución futura del empleo apunta mayoritariamente hacia la conservación en todos los grupos profesionales.

Entre pérdidas y aumentos, son más los entrevistados que parecen prever un mayor número de pérdidas en todos los grupos, especialmente en el de operarios; solo se exceptúa el de especialistas, en el que las previsiones de aumento y de pérdida de empleo se equilibran.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Necesidades de Formación

Necesidad de apoyo formativo en el Area de Producción (% respuesta afirmativa)

	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Calidad Total</i>	28	24
<i>Mejora continua</i>	16	14
<i>Robótica</i>	2	4
<i>Electrónica</i>	4	-
<i>Just in time</i>	8	8
<i>Informática</i>	16	14
<i>Compras</i>	-	-
<i>Logística</i>	-	-
<i>No necesitan</i>	56	62
<i>Otros</i>	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

En el Area de Producción, la necesidad de apoyo formativo se centra en la Calidad Total, algo mayor en los niveles profesionales medios, y en la Mejora Continua e Informática.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Necesidades de Formación

*Necesidad de apoyo formativo en el Area de
Administración y Dirección
(% respuesta afirmativa)*

	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Informática</i>	20	20
<i>Idiomas</i>	14	14
<i>Organización</i>	6	10
<i>Gestión/Dirección</i>	10	14
<i>Logística</i>	2	2
<i>Medio Ambiente</i>	-	-
<i>Finanzas</i>	8	8
<i>No necesitan</i>	66	62
<i>Otros</i>	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

En el Area de Administración y Dirección, la Informática y los Idiomas centran la mayor necesidad de apoyo formativo y, en menor proporción, Gestión/Dirección y Organización. Estas últimas áreas formativas con mayor proporción en el nivel profesional superior.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Necesidades de Formación

Necesidad de apoyo formativo en el Area Comercial (% respuesta afirmativa)

	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Marketing</i>	16	18
<i>Ventas</i>	6	8
<i>Logística</i>	-	-
<i>Comercio Exterior</i>	6	6
<i>No necesitan</i>	72	70
<i>Otros</i>	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

El personal del Area Comercial necesitaría apoyo formativo en Marketing, Ventas y Comercio Exterior, si bien es mayoritaria la opinión de que no es necesario dicho apoyo.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Perspectivas y tendencias

En líneas generales, la evolución del sector se ha caracterizado por un crecimiento moderado en las principales macromagnitudes, con una pérdida de su peso relativo en el conjunto de la renta aragonesa.

Durante 1993 el nivel de empleo permaneció relativamente ajustado respecto a la producción de ese mismo año, si bien la tendencia en términos absolutos ha seguido siendo negativa a lo largo de 1994.

Parece previsible que la productividad mantenga su tendencia creciente aunque en niveles moderados.

Al igual que ocurre con otros sectores tradicionales de la actividad aragonesa, como son el Textil y Confección y la Industria del Calzado y Cuero, en los que priman las empresas de pequeño tamaño con escasa capacidad competitiva, la mejora de las perspectivas de futuro pasa por una necesaria reestructuración en sus aspectos organizativos y productivos.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Amenazas y oportunidades

La escasa capacidad económica de gran parte de las empresas, con frecuencia de carácter familiar, y la consecuente escasez de tecnología y capacidad de innovación, constituyen algunos de los principales problemas del sector.

Encuesta Sectorial 1994

En el Sector de la Madera, Corcho y Muebles, los resultados de la encuesta resultan reveladores a este respecto: entre los factores que necesitan ser mejorados, la mayoría señala la tecnología de fabricación y cualificación técnica del personal.

Pero no menos significativo es el hecho de que algo más del 60% de los encuestados no contestan a preguntas como ¿Supone el Mercado Unico Europeo un cambio en el entorno general de su empresa?. Incluso, respecto al campo en el que cree debe hacer un mayor esfuerzo, algo más del 70% no contesta, y un 20% se inclina por la producción e innovación.

La falta de información, orientación y asesoramiento eficaz supone un obstáculo importante, aunque salvable, para conseguir un mayor aprovechamiento de las oportunidades del sector.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Conclusiones

La fabricación del mueble de madera constituye la mayor parte de este sector, cuyo crecimiento es inferior al nacional.

El nivel de ocupación ha registrado pérdidas producidas en los últimos años. La participación del sector en términos de empleo se ha visto reducida, al igual que el resto de los parámetros económicos.

La productividad del sector ha aumentado desde 1985, aunque manteniéndose entre los sectores con niveles más bajos.

Formación y Empleo

La percepción mayoritaria de los empresarios del sector se inclina por la estabilidad, con escaso predominio de los que creen percibir el declive de sus empresas.

En la evolución futura del empleo se percibe mayoritariamente la tendencia a la conservación del empleo y al mantenimiento de plantilla, aunque en menor proporción en el grupo profesional de operarios y obreros especializados.

Las líneas de especialización mayoritarias son las de Informática, Exportación e Idiomas, Marketing y Conocimiento de la C.E.. Tan solo en un único caso esta especialización, en el área de Informática, se haría buscando personal de nuevo ingreso.

3.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Conclusiones

Esta especialización se llevaría a cabo una tarde por semana, fuera del horario laboral y Viernes y Sabado por la mañana, como alternativas más señaladas por los responsables de las empresas entrevistados.

Las líneas de Acción Formativa necesarias a juicio de los empresarios del Sector son las siguientes:

AREA	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
PRODUCCION	Calidad total Mejora continua Informática	Calidad total Mejora continua Informática
ADMINISTRACION Y DIRECCION	Informática Idiomas Gestión/Dirección Finanzas	Informática Idiomas Gestión/Dirección Organización Finanzas
COMERCIAL	Marketing Ventas Comercio Exterior	Marketing Ventas Comercio Exterior

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura socioeconómica

En líneas generales, con el agravamiento de la crisis, en 1992 se inicia un proceso de desaceleración de la demanda, apreciado en el comercio. La pérdida de dinamismo detectada en el consumo privado ha ralentizado el crecimiento de los últimos años.

El efecto más inmediato es el cambio de las preferencias en la **demanda interior**. Como consecuencia la demanda se ha dirigido preferentemente hacia los productos de primera necesidad en detrimento de los bienes duraderos: los productos alimenticios aumentaron el 1,22% durante 1993, registrando en el resto de los productos un descenso del 7,73%.

El saldo del **comercio exterior** ha seguido una trayectoria positiva constante desde 1985, pero con altibajos en el volumen total y alcanzando el mínimo en 1993.

En el reparto provincial de las importaciones y exportaciones destaca Zaragoza, en la que se registra el 91% de las mismas.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura socioeconómica

Evolución del Comercio Exterior (MM. de Pts.)

	<i>Exportación</i>	<i>Importación</i>	<i>Saldo</i>
1983	136.267	49.159	87.108
1984	167.898	56.390	111.508
1985	166.917	70.456	96.461
1986	200.627	111.178	89.449
1987	215.629	127.458	88.171
1988	266.415	173.432	92.983
1989	301.520	216.004	85.540
1990	310.868	227.128	86.740
1991	348.143	230.708	117.435
1992	376.047	305.375	70.072
1993	376.050	363.412	12.638

Fuente: CONSEJO ECONOMICO Y SOCIAL DE ARAGON: *Situación Económica y Social de Aragón en 1993. Informe anual.*

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura socioeconómica

Composición del sector

En el Sector Comercial pueden distinguirse dos tipos de establecimientos:

- Según Tipo de Venta:
 - . Comercio minorista, que supone el 98,8% de los establecimientos y el 72,8% del empleo, el 41% de los cuales pertenecen a la rama alimenticia.
 - . Venta por mayor: algo más de la mitad lo constituyen las ramas de Equipamiento del Hogar y Otros.

- Según tamaño de los establecimientos:
 - . Comercio Tradicional, que abarca el 96,2% de los establecimientos.
 - . Comercio Mixto, en el que se incluyen, autoservicios, supermercados, hipermercados, grandes almacenes y almacenes populares.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura socioeconómica

Nº de Establecimientos Detallistas según Tipo de Venta, 1992

	<i>Tipo de Venta</i>		<i>Total</i>
	<i>Comercio Minorista</i>	<i>Venta por mayor</i>	
<i>Alim/Bebidas</i>	8.069	56	8.125
<i>Textil/Calzado/C uero</i>	3.181	18	3.199
<i>Farmacia/ Perfum/Drog</i>	1.139	3	1.142
<i>Equipamiento Hogar</i>	2.154	40	2.194
<i>Vehiculos y Accesorios</i>	682	23	705
<i>Carburantes/ Lubricantes</i>	203	1	204
<i>Otros</i>	3.335	74	3.409
<i>Comercio Mixto</i>	738	7	745
<i>TOTAL</i>	<i>19.501</i>	<i>222</i>	<i>19.723</i>

Fuente: CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura socioeconómica

*Nº de establecimientos detallistas según actividad principal y tipo de ubicación, 1992
(% vertical)*

<i>Tipo de ubicación</i>	<i>Aliment/ Bebidas</i>	<i>Textil/ Calzado/ Cuero</i>	<i>Farmacia/ Perfum/ Droguer.</i>	<i>Equipam. del Hogar</i>
<i>Aislado</i>	6.024 (74,1)	2.938 (91,9)	1.090 (95,5)	2.097 (95,6)
<i>Mercado Gral. Alimentación</i>	1.740 (21,4)	22 (0,7)	10 (0,9)	7 (0,3)
<i>Galería comercial</i>	30 (0,4)	112 (3,5)	16 (1,4)	39 (1,8)
<i>Calle peatonal</i>	81 (1,0)	104 (3,2)	21 (1,8)	33 (1,5)
<i>Establec. Polivalente</i>	51 (0,6)	3 (0,1)	- -	- -
<i>Otros</i>	202 (2,5)	20 (0,6)	5 (0,4)	18 (0,8)
TOTAL	8.128 (100)	3.199 (100)	1.142 (100)	2.194 (100)

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la D.G.A.,
Plan General de Infraestructura Comercial de Aragón, 1992.*

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura socioeconómica

(Cont.) N° de establecimientos detallistas según actividad principal y tipo de ubicación, 1992
(% vertical)

<i>Tipo de ubicación</i>	<i>Vehículos y acces.</i>	<i>Carburantes Lubricantes</i>	<i>Comercio por menor</i>	<i>Comercio Mixto</i>
<i>Aislado</i>	676 (96,0)	197 (96,6)	3.153 (92,4)	306 (40,9)
<i>Mercado Gral. Alimentación</i>	1 (0,1)	-	34 (1,0)	1 (0,1)
<i>Galería comercial</i>	1 (0,1)	-	94 (2,7)	3 (0,4)
<i>Calle peatonal</i>	1 (0,1)	-	79 (2,3)	9 (1,2)
<i>Establec. Polivalente</i>	-	-	3 (0,1)	420 (56,2)
<i>Otros</i>	26 (3,7)	7 (3,4)	54 (1,5)	9 (1,2)
TOTAL	705 (100)	204 (100)	3.417 (100)	748 (100)

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la D.G.A., Plan General de Infraestructura Comercial de Aragón, 1992.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura socioeconómica

El tipo de ubicación preferente del Comercio Tradicional es la ubicación aislada, en todas las ramas de actividad, en proporciones superiores al 90%, excepto la rama de alimentación en la que el 21,4% de los mismos se ubican en Mercado General de Alimentación.

El Comercio Mixto, sin embargo, se ubica mayoritariamente en establecimientos polivalentes, aunque una proporción importante lo hace de forma aislada.

La densidad comercial en Aragón es de 16 establecimientos por cada 1.000 habitantes (BANESTO, 1989), superior a la media nacional, lo que sitúa a esta Comunidad entre las seis españolas de mayor densidad.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura socioeconómica

*Cuota de mercado (MM. Pts.) por Canales de Distribución
en la venta de Bienes de Consumo, 1992.
(% vertical)*

<i>Canales de distribución</i>	<i>Diarios</i>		<i>Ocasionales</i>		<i>Total Bienes Consumo</i>	
	<i>MM.Pts</i>	<i>%</i>	<i>MM.Pts</i>	<i>%</i>	<i>MM.Pts</i>	<i>%</i>
<i>Hipermercado</i>	14.474	6,1	6.479	5,0	20.953	5,7
<i>Tienda tradic./ Especializada</i>	82.389	34,8	89.419	68,3	171.809	46,7
<i>Gran Almacén/ Almacén Popular</i>	2.606	1,1	26.746	20,4	29.352	8,0
<i>Autoservicio</i>	12.009	5,1	-	-	12.009	3,3
<i>Superservicio/ Supermercado</i>	63.356	26,7	-	-	63.356	19,1
<i>Otros</i>	62.096	26,2	8.196	6,3	70.292	19,1
TOTAL	236.930	100	130.841	100	367.771	100

Fuente: D.G.A./CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA, Estudio de hábitos de compra y consumo de Aragón, 1993.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

Las mayores Cuotas de Mercado se alcanzan en los bienes de consumo diarios que suponen el 64,4% del total de los bienes de consumo por canales de distribución. Tanto en bienes diarios como ocasionales, la mayor aportación la constituyen las Tiendas Tradicionales y las Tiendas Especializadas, especialmente estas últimas en lo que se refiere a bienes ocasionales.

Los elementos de consumo personal representan el 51,3% de los Bienes de Consumo Ocasional, y los Elementos del Hogar el 38,1%. El resto se encuentra distribuido en el apartado de Otros, con escasa significación.

A comienzos de 1993, Aragón contaba con cinco hipermercados de los que tan solo el de Utebo es anterior a 1990.

En el grupo de Grandes Almacenes y Almacenes Populares es donde se encuentra la especificidad del comercio aragonés: junto a las empresas líderes de cobertura nacional, coexisten otras dos empresas locales que cuentan con siete centros.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

*Nº de establecimientos según volumen de empleo
asalariado y total, 1992
(% vertical)*

<i>Volumen de empleo</i>	<i>Población Asalariada</i>		<i>Población ocupada</i>	
	<i>Total</i>	<i>%</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
<i>1</i>	<i>3.320</i>	<i>16,8</i>	<i>11.008</i>	<i>55,8</i>
<i>2 - 3</i>	<i>2.358</i>	<i>11,9</i>	<i>6.662</i>	<i>33,7</i>
<i>4 - 6</i>	<i>842</i>	<i>4,3</i>	<i>1.326</i>	<i>6,7</i>
<i>7 - 10</i>	<i>298</i>	<i>1,5</i>	<i>369</i>	<i>1,9</i>
<i>11 - 15</i>	<i>125</i>	<i>0,6</i>	<i>139</i>	<i>0,7</i>
<i>> 15</i>	<i>158</i>	<i>0,8</i>	<i>162</i>	<i>0,8</i>
<i>Ns/Nc</i>	<i>12.636</i>	<i>64,1</i>	<i>71</i>	<i>0,4</i>
<i>TOTAL</i>	<i>19.737</i>	<i>100</i>	<i>19.737</i>	<i>100</i>

Fuente: CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA: Censo Comercial de Aragón, 1992.

El sector comercial se caracteriza por el bajo nivel de asalarización: sólo el 36% de los establecimientos poseen personal asalariado, casi la mitad de los cuales cuentan con un único empleado asalariado.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

*Tamaño medio del comercio minorista
por grupos de actividad, 1992*

<i>Grupo de Actividad</i>	<i>M2 de superficie de venta/establecimiento</i>
<i>Alimentación</i>	<i>28,1</i>
<i>Textil/Calzado/Cuero</i>	<i>55,0</i>
<i>Farmacia/Perfum./Droguer.</i>	<i>39,8</i>
<i>Equipamiento Hogar</i>	<i>140,2</i>
<i>Accesorios de Automóvil y Carburantes</i>	<i>183,9</i>
<i>Otros Comercio por menor</i>	<i>71,8</i>
<i>Comercio Mixto</i>	<i>311,4</i>
<i>Total</i>	<i>66,9</i>

Fuente: CAMARA OFICIAL DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA.

El tamaño medio del comercio minorista de Aragón, según la superficie media de venta por establecimiento, se sitúa entre los niveles medios más altos de España, superior al de Comunidades como Madrid, Navarra o Valencia.

Por grupos de actividad, los de alimentación, confección y calzado y droguería son los que poseen las superficies medias mayores respecto al resto de las Comunidades.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

El subgrupo de accesorios de automóvil aparece con dimensiones mayores, si bien este subgrupo tienen una entidad muy escasa. El grupo de Otro Comercio y especialmente el de Equipamiento del Hogar alcanzan dimensiones medias sensiblemente superiores a la mayoría del resto de las Comunidades.

El Comercio Mixto es el que presenta mayores diferencias: en Aragón alcanza 311 m² de superficie media mientras las mayores superan los 600 m². La superficie de las secciones que componen el Comercio Mixto de Aragón, son aún más heterogéneas:

- Dominio de Supermercados de dimensión pequeña y media.
- Hipermercados de dimensiones próximas a los 10.000 m², frente a la inexistencia de los de tamaño más reducido (5.000 - 8.000 m²).
- Grandes almacenes de cadenas, pero con dimensiones muy inferiores a la de la compañía principal a nivel nacional.

Los municipios donde se dan las mayores dimensiones son en Utebo (268,9 m²/establecimiento), en la Comarca de la Ribera del Ebro, Ejea de los Caballeros (125,8 m²/establecimiento), y en la de Bârdenas-Cinco Villas.

La instalación de grandes hipermercados de cadenas nacionales y europeas se incrementa constantemente, alterando las medias municipales de forma radical y el peso relativo de los municipios.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

Hasta 1990, los establecimientos comerciales de gran superficie han ido introduciéndose en el sector de la distribución lentamente, quedando limitados, salvo algunas excepciones, al municipio de Zaragoza y otros próximos a este. Pero, a partir de esa fecha, se ha producido una aceleración del proceso extendiéndose a las principales ciudades aragonesas.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

Distribución espacial

El 76% de los establecimientos comerciales se localizan en 50 municipios, el 7% de los municipios existentes en la Comunidad Autónoma de Aragón.

*Distribución provincial de los establecimientos
comerciales detallistas, 1992
(% vertical)*

	1992	
	Total	%
<i>Zaragoza</i>	13.196	66,9
<i>Huesca</i>	4.046	20,5
<i>Teruel</i>	2.495	12,6
<i>ARAGON</i>	19.737	100

*Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la D.G.A.,
Plan General de Infraestructura Comercial de Aragón, 1992.*

Por ramas de actividad, destaca el similar peso relativo de las mismas en las tres provincias y la menor proporción del Comercio Mixto en Zaragoza, dada la concentración de Comercios Tradicionales en la capital.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

*Distribución provincial de los establecimientos
comerciales detallistas por actividad principal, 1992
(% vertical)*

	<i>Huesca</i>		<i>Teruel</i>	
	<i>Total</i>	<i>%</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
<i>Alim/Bebidas</i>	1.546	38,2	1.065	42,8
<i>Textil/Calzado/ Cuero</i>	659	16,3	312	12,5
<i>Farmacia/ Perfum/Drog</i>	168	4,1	141	5,6
<i>Equipamiento Hogar</i>	446	11,0	286	11,5
<i>Vehiculos y Accesorios</i>	225	5,6	110	4,4
<i>Carburantes/ Lubricantes</i>	81	2,0	31	1,2
<i>Otros</i>	703	17,4	383	15,3
<i>Comercio Míxto</i>	218	5,4	167	6,7
TOTAL	4.046	100	2.495	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la D.G.A., Plan General de Infraestructura Comercial de Aragón, 1992.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

(Cont.) Distribución provincial de los establecimientos
comerciales detallistas por actividad principal, 1992
(% vertical)

	Zaragoza		Total Aragón	
	Total	%	Total	%
<i>Alim/Bebidas</i>	5.517	41,8	8.128	41,2
<i>Textil/Calzado/ Cuero</i>	2.228	16,9	3.199	16,2
<i>Farmacia/ Perfum/Drog.</i>	833	6,3	1.142	5,8
<i>Equipamiento Hogar</i>	1.462	11,1	2.194	11,1
<i>Vehiculos y Accesorios</i>	370	2,8	705	3,6
<i>Carburantes/ Lubricantes</i>	92	0,7	204	1,0
<i>Otros</i>	2.331	17,7	3.417	17,3
<i>Comercio Mixto</i>	363	2,7	748	3,8
TOTAL	13.196	100	19.737	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por la D.G.A., Plan General de Infraestructura Comercial de Aragón, 1992.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

Obviamente el municipio donde se concentra un mayor número de establecimientos es en Zaragoza, seguido a gran distancia de las otras dos capitales de provincia. Tan solo otros 13 municipios cuentan con más de 100 establecimientos:

Calatayud	405
Barbastro	376
Monzón	319
Jaca	286
Alcañiz	260
Ejea de los Caballeros	241
Fraga	229
Tarazona	211
Binéfar	186
Sabiñánigo	174
Caspe	165
Andorra	147
Calamocha	106

El resto de los municipios tienen menos de cien comercios, siendo Sos del Rey Católico, Muniesa y Cella los que cuentan con un número inferior a 20 establecimientos.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

*Centros comerciales de Aragón: Cabeceras de Area (A),
Cabeceras de Subárea (SA) y
Otros Centros de Atracción Comercial (OC).*

<i>Municipio Cabecera</i>	<i>Clase</i>	<i>IGCO</i>	<i>IE</i>
<i>Zaragoza</i>	<i>A</i>	<i>2.414,200</i>	<i>14.097,100</i>
<i>Calatayud</i>	<i>A</i>	<i>61,579</i>	<i>631,967</i>
<i>Ejea de los Caballeros</i>	<i>SA</i>	<i>45,053</i>	<i>398,142</i>
<i>Tarazona</i>	<i>SA</i>	<i>31,158</i>	<i>317,549</i>
<i>Almunia de D. Godina</i>	<i>SA</i>	<i>13,474</i>	<i>132,251</i>
<i>Borja</i>	<i>SA</i>	<i>10,161</i>	<i>109,728</i>
<i>Illueca</i>	<i>SA</i>	<i>9,408</i>	<i>72,710</i>
<i>Daroca</i>	<i>SA</i>	<i>7,392</i>	<i>94,514</i>
<i>Caspe</i>	<i>OC</i>	<i>22,421</i>	<i>210,921</i>
<i>Utebo</i>	<i>OC</i>	<i>20,316</i>	<i>177,336</i>
<i>Alagón</i>	<i>OC</i>	<i>18,842</i>	<i>139,302</i>
<i>Tauste</i>	<i>OC</i>	<i>17,263</i>	<i>124,564</i>
<i>Fuentes de Ebro</i>	<i>OC</i>	<i>9,812</i>	<i>69,171</i>
<i>Epila</i>	<i>OC</i>	<i>8,582</i>	<i>69,709</i>
<i>Sastago</i>	<i>OC</i>	<i>5,565</i>	<i>46,556</i>

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

(Cont.)

<i>Huesca</i>	<i>A</i>	<i>181,053</i>	<i>1.362,430</i>
<i>Barbastro</i>	<i>A</i>	<i>46,737</i>	<i>615,640</i>
<i>Monzón</i>	<i>SA</i>	<i>44,842</i>	<i>467,205</i>
<i>Jaca</i>	<i>SA</i>	<i>37,474</i>	<i>448,290</i>
<i>Fraga</i>	<i>SA</i>	<i>33,895</i>	<i>354,955</i>
<i>Binéfar</i>	<i>SA</i>	<i>24,842</i>	<i>284,768</i>
<i>Graus</i>	<i>SA</i>	<i>9,199</i>	<i>97,918</i>
<i>Sabiñánigo</i>	<i>OC</i>	<i>37,895</i>	<i>196,292</i>
<i>Sariema</i>	<i>OC</i>	<i>10,737</i>	<i>122,514</i>
<i>Tamarite</i>	<i>OC</i>	<i>10,092</i>	<i>104,535</i>
<i>Graen</i>	<i>OC</i>	<i>5,709</i>	<i>56,402</i>
<i>Ayerbe</i>	<i>OC</i>	<i>3,771</i>	<i>45,489</i>
<i>Ainsa-Sobrarbe</i>	<i>OC</i>	<i>3,522</i>	<i>48,091</i>
<i>Benabarre</i>	<i>OC</i>	<i>2,449</i>	<i>31,719</i>
<i>Teruel</i>	<i>A</i>	<i>112,632</i>	<i>660,871</i>
<i>Alcañiz</i>	<i>SA</i>	<i>41,368</i>	<i>448,090</i>
<i>Calamocha</i>	<i>SA</i>	<i>10,737</i>	<i>130,854</i>
<i>Utrillos</i>	<i>OC</i>	<i>15,895</i>	<i>67,609</i>
<i>Montalbán</i>	<i>OC</i>	<i>7,696</i>	<i>38,942</i>
<i>Monreal del Campo</i>	<i>OC</i>	<i>5,146</i>	<i>59,657</i>
<i>Santa Eulalia</i>	<i>OC</i>	<i>3,520</i>	<i>32,339</i>

Fuente: MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO. Atlas Comercial de España

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

La relación de Centros Comerciales de Aragón muestra la existencia de 2 únicas cabeceras de área (A) además de las tres capitales: Calatayud en Zaragoza y Barbastro en Huesca.

En Teruel tan sólo se localizan dos cabeceras de subárea (SA), Alcañíz y Calamocha, y cuatro centros de atracción (OC) menores.

Estos centros se han clasificado según su grado de equipamiento comercial y su capacidad potencial de gasto comercializable, cuyos índices (I.E. e I.G.C.O., respectivamente) se han calculado sobre 100000 unidades para toda España. Con estos índices se ha establecido una tipología de 1 a 7 para I.E. y de 1 a 10 en el caso del I.G.C.O.

Todos los municipios se sitúan en la escala más baja de ambos indicadores, excepto el municipio de Zaragoza, que cuenta con un I.E.=7 y un I.G.C.O.=9, lo que indica un bajo nivel general de dotaciones relativas a equipamiento comercial y escasa capacidad de compra a nivel nacional, donde la centralización por parte de las principales capitales es aún fuerte.

No obstante, en ninguna de las tres provincias se aprecian vacíos de cobertura comercial, excepto en dos áreas de la provincia de Huesca, por razones obvias: los municipios del Pirineo situados en las altitudes mayores a lo largo de la línea fronteriza y en el área de los Monegros.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura empresarial

Tendencias de las empresas del sector

<u>Percepción</u>	<u>%</u>
<i>Estable</i>	56
<i>En declive</i>	18
<i>En crecimiento</i>	24
<i>NS/NC</i>	2

Fuente: E.O.I. Telemarketing 1995.

La percepción general de los responsables del comercio, según la encuesta realizada, se inclina por la estabilidad del sector y, en segundo lugar, por el crecimiento, siendo una minoría la que percibe una tendencia decreciente.

3.9 SECTOR COMERCIO

Necesidades de la empresa

Subcontratación actual o inmediata de procesos de suministro, fabricación o distribución (% vertical y respuesta múltiple)

NO	94
SI	6

Procesos que subcontratarían

Tranporte/Distrib.	33,3 %
Fabric./Producción	33,3 %
Suministros	33,3 %
Servicios	-
Comercial	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

La casi totalidad de los encuestados muestran una actitud desfavorable respecto a la subcontratación de servicios.

3.9 SECTOR COMERCIO

Necesidades de la empresa

Acuerdos de cooperación con otras empresas (% vertical y respuesta múltiple)

NO 70

SI 30

Procesos que subcontratarían

Comercial/Marketing 66,7 %

Cooperación Comercial 40,0 %

Formación 20,5 %

Distribución -

Servicios 20,0 %

I+D -

Exportación -

Otros -

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

Tan solo el 30% de las empresas mantiene algún tipo de cooperación, mayoritariamente en procesos comerciales y de marketing y, en menor medida, en formación y servicios.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura del empleo

*Evolución de la población asalariada y no asalariada
y productividad del factor trabajo (miles de Pts.)
1985 y 1992*

	1985		1992	
	Total	%	Total	%
<i>Población asalariada</i>	22.915	57,6	38.972	65,6
<i>Población no asalariada</i>	16.841	42,4	20.438	34,4
<i>Total población ocupada</i>	39.756	100	59.410	100
<i>V.A.B. (c.f.)</i>	90.606		195.361	
<i>Productividad</i>	2,279		3,288	

Fuente: Tablas I-O Aragón 1985 y 1992. Elaboración propia.

El grado de asalarización del Sector Comercial es el más bajo de los sectores de actividad aragoneses, como reflejo de su estructura comercial minifundista, con una proporción muy importante de empresas familiares.

La productividad se ha incrementado, si bien continúa manteniéndose entre los sectores con niveles más bajos.

El Valor Añadido Bruto ha sufrido un considerable incremento en términos absolutos durante este período, pero perdiendo peso relativo dentro del sector servicios (19% en 1985 y 18% en 1992), y aumentando su aportación al conjunto de la economía aragonesa (11% en 1992).

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura del empleo

Necesitan puestos de trabajo en su empresa (% vertical y respuesta múltiple)

<i>NO</i>	54
<i>SI</i>	46

Puestos que necesitan

<i>Administrativos</i>	8,7 %
<i>Técnicos</i>	26,1 %
<i>Operarios/peones</i>	65,2 %
<i>Comerciales</i>	13,0 %
<i>Cuadros Medios</i>	17,4 %
<i>NS/NC</i>	17,4 %

Fuente: EOI. Telemarketing, 1995.

Casi la mitad de los responsables entrevistados afirman necesitar puestos de trabajo, la mayor parte de los cuales se incluirían en los niveles profesionales inferiores pero con un porcentaje significativo de personal cualificado.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura del empleo

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo (% horizontal)

	<i>Aumentará</i>	<i>Se mantendrá</i>	<i>Disminuirá</i>	<i>NS/NC</i>
<i>Directivos</i>	6	92	-	2
<i>Técnicos</i>	18	76	-	6
<i>Administrativos</i>	6	86	6	2
<i>Secretarias</i>	6	82	4	8
<i>Personal Aux.</i>	4	82	6	8
<i>Obreros</i>	30	58	8	4
<i>Obreros espec.</i>	26	66	4	4
<i>Cuadros medios</i>	12	82	2	4

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

Las previsiones respecto a la evolución de la plantilla apuntan hacia el mantenimiento general de la misma, pero con diferencias según el tipo de trabajo. Los niveles para los que se prevé un incremento más significativo pertenecen al grupo de obreros y obreros especializados. Algo menos en el caso de los técnicos y cuadros medios.

Algunos de los encuestados esperan pérdidas de empleo en todos los niveles profesionales excepto en los superiores: técnicos y directivos.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura del empleo

	<i>Necesidad de más recursos humanos (% horizontal)</i>			
	<i>NO</i>	<i>SI</i>		<i>NS/NC</i>
		<i>Especializando personal actual</i>	<i>Buscando personal</i>	
<i>Idiomas</i>	54	42	-	4
<i>Informática</i>	46	50	-	4
<i>Medio Ambiente</i>	84	14	-	2
<i>Dirección</i>	68	32	-	-
<i>Contabilidad</i>	78	22	-	-
<i>Conocimientos CE</i>	74	26	-	-
<i>Exportación</i>	70	30	-	-
<i>Logística</i>	62	36	-	2
<i>Marketing</i>	46	54	-	-
<i>Finanzas</i>	82	18	-	-
<i>Otros</i>	94	6	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura del empleo

La necesidad de recursos humanos se resolvería con personal actual en todas las Areas Formativas, especialmente en Marketing, Informática e Idiomas; y con un peso menor aunque relativamente importante las Areas de Logística, Dirección, Exportación, Conocimientos C.E. y Contabilidad.

3.9 SECTOR COMERCIO

Estructura del empleo

<i>Tiempo que puede dedicar el personal a su formación (% vertical)</i>				
	<i>Personal Superior</i>	<i>Personal Medio</i>	<i>Administrativos</i>	<i>Otros</i>
<i>Viernes y Sábado mañana</i>	14	14	14	14
<i>1 tarde por semana</i>	10	10	10	10
<i>2 tardes por semana</i>	32	32	30	32
<i>1 día por semana</i>	6	6	8	6
<i>En horario no laboral</i>	6	6	6	8
<i>En función del curso</i>	12	12	12	12
<i>Otros</i>	6	6	6	4
<i>NS/NC</i>	14	14	14	14

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

El tiempo que dedicaría el personal a su formación es, mayoritariamente, dos tardes por semana en todos los niveles profesionales.

Un grupo algo menor se pronuncia por la dedicación en los Viernes y Sábados por la mañana, en función del curso y una tarde por semana.

3.9 SECTOR COMERCIO

Evolución futura del empleo

<i>Evolución futura del empleo (% horizontal)</i>				
	<i>Perderá</i>	<i>Conservará</i>	<i>Aumentará</i>	<i>NS/NC</i>
<i>Operarios</i>	20	38	34	8
<i>Cuadros medios</i>	12	50	30	8
<i>Especialistas</i>	14	40	36	10
<i>Profes. de nivel</i>	14	38	38	10

Fuente: EOI. Telemarketing, 1995.

El futuro del empleo parece prever la conservación, mayoritariamente, en el caso de cuadros medios y especialistas, con escaso margen respecto a los que se pronuncian por un incremento en el grupo de los operarios, y en proporciones similares en los profesionales de nivel.

Las mayores pérdidas se esperan en el grupo de operarios.

3.9 SECTOR COMERCIO

Necesidades de Formación

Necesidad de apoyo formativo en el Area de Producción (% respuesta afirmativa)

	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Calidad Total</i>	24	16
<i>Mejora continua</i>	24	12
<i>Robótica</i>	2	-
<i>Electrónica</i>	-	-
<i>Just in time</i>	8	2
<i>Informática</i>	8	6
<i>Compras</i>	4	4
<i>Logística</i>	4	4
<i>No necesitan</i>	68	80
<i>Otros</i>	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

En el Area de Producción, sólo alcanza una relativa significación la necesidad de formación en Calidad Total y Mejora Continua, en ambos niveles profesionales.

3.9 SECTOR COMERCIO

Necesidades de Formación

*Necesidad de apoyo formativo en el Area
de Administración y Dirección
(% respuesta afirmativa)*

	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Informática</i>	50	28
<i>Idiomas</i>	42	24
<i>Organización</i>	20	24
<i>Gestión/Dirección</i>	20	22
<i>Logística</i>	16	20
<i>Medio Ambiente</i>	6	4
<i>Finanzas</i>	8	12
<i>No necesitan</i>	32	50
<i>Otros</i>	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

El apoyo formativo necesario en el Area de Administración y Dirección abarca todas las áreas, excepto Medio Ambiente en ambos niveles profesionales y Finanzas en el nivel medio.

3.9 SECTOR COMERCIO

Necesidades de Formación

Las diferencias entre niveles profesionales alcanzan proporciones importantes: la necesidad de apoyo formativo en Informática e Idiomas, para el nivel medio, se percibe en mayor proporción que para el nivel alto. Lo contrario ocurre en las Areas de Organización, Geastión/Dirección y Logística.

3.9 SECTOR COMERCIO

Necesidades de Formación

*Necesidad de apoyo formativo en el Area Comercial
(% respuesta afirmativa)*

	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Marketing</i>	42	36
<i>Ventas</i>	46	22
<i>Logística</i>	16	6
<i>Comercio Exterior</i>	14	10
<i>No necesitan</i>	38	58
<i>Otros</i>	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

La necesidad de apoyo formativo en el Area Comercial abarca todas las áreas, con mayor proporción entre el personal de nivel medio. En este último nivel el Area más significativa es Ventas seguida de Marketing, en orden inverso a las necesidades percibidas para el nivel alto.

3.9 SECTOR COMERCIO

Perspectivas y tendencias

Las expectativas de evolución contempladas en el Plan General de Infraestructuras Comerciales (1992) se muestran coincidentes con las tendencias más recientes del mercado. Estas pueden resumirse en los siguientes puntos:

- **Crecimiento de los hipermercados:** tanto en número como en su cuota de mercado, siendo previsible una ralentización de su crecimiento a partir de 1996. Se acentúa la tendencia a la localización preferente en centros comerciales, abandonando la ubicación aislada que dominó en la década anterior.
- **Crecimiento de los centros comerciales integrados:** en los que la mayor productividad frente a las tiendas tradicionales constituirá el principal factor para los centros de dimensión media, con ubicación claramente metropolitana. En el caso de los centros de grandes dimensiones, el crecimiento responderá a la tendencia asociativa de las grandes superficies y tiendas especializadas, cuya ubicación preferente son las áreas periféricas urbanas bien comunicadas.
- **Crecimiento de los supermercados:** especialmente los mayores de 1.000 m² de superficie de venta, como equipamiento de barrio en áreas urbanas y oferta alimentaria principal en municipios menores.
- El futuro de las **tiendas tradicionales** dependerá de su integración en cadenas o su reconversión en tiendas especializadas, y de su localización en vías o centros comerciales.

3.9 SECTOR COMERCIO

Amenazas y oportunidades

Encuesta sectorial 1994

La primera conclusión importante de la opinión de los empresarios sobre el futuro de sus empresas frente al nuevo mercado europeo es la mayoritaria respuesta afirmativa a la pregunta realizada acerca de si creen que el Mercado Unico Europeo supone un cambio radical en el entorno general de su empresa.

Las mayores ventajas del M.U.E. se centran en el dinamismo comercial y en los costes salariales.

La gama de inconvenientes es más amplia: fiscalidad nacional, capacidad económica, burocracia administrativa, costes de producción y normativa técnica nacional.

El campo en el que afirman necesitar realizar un mayor esfuerzo es el de Marketing, Política Comercial y Estrategia.

Necesitan mejorar su empresa en el ámbito de la Gestión de Stocks y Tecnología, fundamentalmente.

3.9 SECTOR COMERCIO

Conclusiones

El comercio aragonés presenta unas características de minifundismo y polarización mayoritarias, agravadas por el modelo de asentamiento poblacional de la Comunidad.

Se cumple el equipamiento de comercio mínimo en los pequeños núcleos de población, pero anclado en estructuras muy tradicionales y de bajo nivel de asociacionismo, lo que le resta competitividad.

Formación del empleo

La percepción general sobre el futuro del Sector, a juicio de los responsables consultados, se inclina mayoritariamente por la estabilidad. Según esta percepción, en el empleo futuro se prevé la conservación de puestos de cuadros medios y especialistas, fundamentalmente.

Los que opinan que se conservarán los puestos de operarios lo hacen en proporción algo mayor que los que creen que aumentarán, mientras en el caso de los profesionales de nivel es similar. Las mayores pérdidas se señalan en el grupo de operarios.

El 46% de los empresarios afirman necesitar puestos de trabajo en sus empresas:

- . Operarios: 65%
- . Técnicos: 26%
- . Cuadros medios: 17%
- . Comerciales: 13%

3.9 SECTOR COMERCIO

Conclusiones

La previsión de aumento de plantilla confirma la necesidad de obreros especializados, técnicos y cuadros medios.

La especialización de los recursos humanos se realizaría en todos los casos especializando al personal actual. En este sentido, la necesidad de formación en el Area de Marketing e Informática es apoyada por más de la mitad de los encuestados y, en proporción relativamente importante aunque inferior, las Areas de Logística, Dirección, Exportación, Conocimientos C.E. y Finanzas.

El tiempo de que dispondría el personal para dedicar a su formación es, mayoritariamente, a juicio de los empresarios, dos tardes por semana y, en menor proporción, Viernes y Sabado por la mañana, en función del curso y una tarde por semana.

3.9 SECTOR COMERCIO

Conclusiones

La formación necesaria para los distintos niveles profesionales se centraría en las siguientes líneas:

AREA	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
PRODUCCION	Calidad total Mejora continua	Calidad total Mejora continua
ADMINISTRACION Y DIRECCION	Informática Idiomas Organización Gestión/Dirección Logística	Informática Idiomas Organización Gestión/Dirección Logística Finanzas
COMERCIAL	Ventas Marketing Logística Comercio Exterior	Marketing Ventas Comercio Exterior

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura socioeconómica

El turismo constituye una parte relevante del Sector Servicios, en el que generalmente se incluye, más por eliminación que por su ajuste estricto a este sector. En algunas ocasiones ha sido considerado "una economía en pequeño" que afecta a todos los sectores productivos.

El reflejo económico de esta actividad sería la adquisición de bienes y servicios realizada por personas desplazadas de su lugar habitual de residencia. Pero a la definición habitual de estas personas, identificadas exclusivamente con los desplazamientos por motivos no lucrativos, se incluyen en esta actividad todos los gastos realizados por cualquier desplazamiento, sea cual sea el motivo del viaje, siempre que constituya una "acción de consumo".

Conviene recordar, además, los importantes efectos que la actividad turística tiene sobre la inversión, especialmente en inmuebles.

En Aragón el Sector Servicios, ha ido aumentando en importancia respecto al conjunto de la economía aragonesa, revistiendo un significativo aumento de su peso en el V.A.B. total (del 50% en 1985 al 60,7% en 1992), y, sobre todo, en el empleo de la Comunidad, al que aporta el 62,2% frente al 47,9% de 1985.

El turismo en Aragón se concentra fundamentalmente en la zona pirenaica y, en lo que se refiere a establecimientos hoteleros, en Zaragoza. En los últimos años, están adquiriendo un auge creciente las viviendas de turismo rural, en particular en la provincia de Teruel, aunque siguen representando una mínima parte de la actividad del sector.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura socioeconómica

Composición del Sector

La oferta turística de Aragón presenta una amplia variedad de establecimientos, mayoritariamente distribuida por la provincia de Huesca, en la que se concentra el 53,1% de los establecimientos y el 61,5% de las plazas. El sector comprende los siguientes tipos de establecimientos:

- Alojamientos
 - . Hoteles
 - . Hostales y pensiones
 - . Campamentos
 - . Apartamentos turísticos
 - . Balnearios
 - . Viviendas de turismo rural

- Restaurantes y cafeterías

- Estaciones de esquí

Las casas de huéspedes y fondas, más unidas a medios urbanos como alternativa de vivienda precaria permanente, no se han incluido en este estudio por su escasa aportación al empleo y producción del sector.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura socioeconómica

<i>Alojamientos turísticos 1995</i>		
	<i>Nº de establecimientos</i>	<i>Nº de plazas</i>
<i>(1) Hoteles</i>	<i>197</i>	<i>17.054</i>
<i>(1) Hostales y pensiones</i>	<i>355</i>	<i>10.311</i>
<i>Campamentos</i>	<i>51</i>	<i>20.159</i>
<i>Apartamentos</i>	<i>8</i>	<i>1.062</i>
<i>Balnearios</i>	<i>15</i>	<i>890</i>
<i>Viviendas de Turismo Rural</i>	<i>386</i>	<i>1.498</i>
TOTAL	1.012	50.974

(1) Datos 1993

*Fuente: INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS del Ministerio de Comercio y Turismo.
SERVICIO DE TURISMO del Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la D.G.A.*

Los establecimientos hoteleros (hoteles y hostales) constituyen la oferta más importante de alojamientos, tanto por su número como por el de plazas que ofrecen. Los hoteles suponen solo el 35,7% de los establecimientos de este tipo pero ofrecen el 62,3% de las plazas. Huesca supera ampliamente a las otras dos provincias, lo que se explica porque la pirenaica es la única zona verdaderamente turística de Aragón.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura socioeconómica

Los campamentos, aunque su número es reducido, salvo en la provincia de Huesca, suponen una importante oferta de plazas, pero de hecho esa oferta es muy variable y de temporada.

Las viviendas de turismo rural han experimentado un crecimiento notable en los últimos años, como consecuencia de la progresiva adaptación de la oferta a las tendencias más recientes de la demanda turística.

Las estaciones de esquí están todas en la provincia de Huesca, salvo una (Valdelinares) que está en Teruel.

La mayor densidad de restaurantes y cafeterías corresponde a Zaragoza, tanto en número de establecimientos como de plazas.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura socioeconómica

Evolución del Sector Hotelero 1990 - 1993 Oferta Hotelera

	1990	1991	1992	1993
<i>Zaragoza</i>	8.823	9.771	9.844	9.671
<i>Huesca</i>	10.346	10.552	10.999	11.438
<i>Teruel</i>	3.234	3.425	3.521	3.581
ARAGON	22.403	23.748	24.364	24.690

Fuente: INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS: Anuario Estadístico de Turismo,

En general, el sector turístico ha iniciado un freno en su evolución, desde 1992, arrastrado por la línea decreciente de la demanda, afectada por la crisis, a pesar de la cual la evolución de los precios del sector hotelero continuó su tendencia alcista, situada entre el 3% y el 11%, según la categoría de cada establecimiento. No obstante, el grado de ocupación de los establecimientos hoteleros, como indicativo de rentabilidad, muestra la misma tendencia a la baja desde 1992 en las tres provincias (excepto en Huesca, donde esta tendencia ya se inició en 1990), hasta alcanzar niveles aún más marcadamente inferiores que el conjunto nacional.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura empresarial

Distribución de los principales alojamientos turísticos 1995 N° de establecimientos

	<i>Zaragoza</i>	<i>Huesca</i>	<i>Teruel</i>	<i>Aragón</i>
<i>(1) Hoteles</i>	62	99	36	197
<i>(1) Hostales y pensiones</i>	92	159	104	355
<i>Campamentos</i>	7	40	4	51
<i>Apartamentos</i>	-	6	2	8
<i>Balnearios</i>	8	3	4	15
<i>Viviendas de Turismo Rural</i>	21	230	135	386
TOTAL	190	537	285	1.012

(1) Datos 1993

*Fuente: INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS del Ministerio de Comercio y Turismo.
SERVICIO DE TURISMO del Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la D.G.A.*

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura empresarial

Distribución de los principales alojamientos turísticos 1995 *Nº de plazas*

	<i>Zaragoza</i>	<i>Huesca</i>	<i>Teruel</i>	<i>Aragón</i>
<i>(1) Hoteles</i>	<i>7.447</i>	<i>7.657</i>	<i>1.950</i>	<i>17.054</i>
<i>(1) Hostales y pensiones</i>	<i>2.936</i>	<i>4.741</i>	<i>2.634</i>	<i>10.311</i>
<i>Campamentos</i>	<i>2.499</i>	<i>16.914</i>	<i>746</i>	<i>20.159</i>
<i>Apartamentos</i>	<i>-</i>	<i>974</i>	<i>88</i>	<i>1.062</i>
<i>Balnearios</i>	<i>678</i>	<i>80</i>	<i>132</i>	<i>890</i>
<i>(2) Viviendas de Turismo Rural</i>	<i>72</i>	<i>965</i>	<i>461</i>	<i>1.498</i>
TOTAL	13.632	31.331	6.011	50.974

(1) Datos 1993

(2) Nº de habitaciones

*Fuente: INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS del Ministerio de Comercio y Turismo.
SERVICIO DE TURISMO del Departamento de Industria, Comercio y Turismo de la D.G.A.*

En Huesca se localiza el 46,7% de los establecimientos hoteleros y el 45,3% de las plazas frente al 27,9% y 37,9% en Zaragoza, respectivamente.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura empresarial

De las 20.159 plazas que los campamentos turísticos ofrecen en 1995 en toda la comunidad, el 84% corresponden a los 40 campamentos de las tres categorías repartidos por la provincia de Huesca. En Zaragoza tan solo existen 7 campamentos, de 1ª y 2ª categoría, y otros 4 en Teruel, ninguno de los cuales es de 1ª categoría.

Como complemento a esta oferta pueden incluirse los 3 centros de vacaciones existentes, dos en Huesca y uno en Zaragoza, donde, también con carácter temporal, se oferta un total de 368 camas y más de 1.000 plazas de campings y caravanas.

La alternativa de alojamiento turístico consistente en alquiler de apartamentos, que excluye la provincia de Zaragoza, oferta 6 establecimientos en Huesca y 2 en Teruel, con un total de 213 apartamentos y 1.062 plazas, de las que algo más del 90% se localizan en Huesca.

Del resto de los servicios turísticos ofertados en Aragón, cabe destacar los **Balnearios** y las **Viviendas de Turismo Rural**. Especialmente estas últimas han experimentado un crecimiento que las sitúa entre las alternativas de mayor dinamismo de los últimos años.

Además, en Huesca y Teruel existen 13 **estaciones de esquí** (sólo 1 en Teruel) y 54 **refugios de montaña** (51 en Huesca).

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura empresarial

Restaurantes y cafeterías, 1993.

	<i>Nº Establecimientos</i>	<i>Nº Plazas</i>
<i>Zaragoza</i>	<i>537</i>	<i>49.735</i>
<i>Huesca</i>	<i>434</i>	<i>25.735</i>
<i>Teruel</i>	<i>180</i>	<i>12.217</i>
<i>Aragón</i>	<i>1.151</i>	<i>87.853</i>

Fuente: INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS: Anuario Estadístico de Turismo,

La oferta de restaurantes y cafeterías registra una concentración mayor de dichos establecimientos en Zaragoza, donde se localiza el 46,6% de los mismos, según datos del Instituto de Estudios Turísticos para 1993.

El mayor tamaño de los locales en Zaragoza, frente a los de Huesca y Teruel, explica la mayor oferta de plazas en esta provincia, cuya proporción supera el 56% del total de la Comunidad.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura empresarial

Tendencias de las empresas del sector

<u>Percepción</u>	<u>%</u>
<i>Estable</i>	45,1
<i>En declive</i>	21,6
<i>En crecimiento</i>	33,3
<i>NS/NC</i>	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing 1995.

La percepción de los empresarios del sector parece optimista respecto al futuro de sus empresas, al declarar en crecimiento las tendencias de un 33'3 % de los casos junto a un 45,1% estable.

3.10 SECTOR TURISTICO

Necesidades de la empresa

***Subcontratación actual o inmediata de procesos
de suministro, fabricación o distribución
(% vertical y respuesta múltiple)***

<i>NO</i>	<i>96,1</i>
<i>SI</i>	<i>3,9</i>

Procesos que subcontratarían

<i>Tranporte/Distrib.</i>	<i>50 %</i>
<i>Fabric./Producción</i>	<i>-</i>
<i>Suministros</i>	<i>50 %</i>
<i>Servicios</i>	<i>-</i>
<i>Comercial</i>	<i>-</i>

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

La disposición de los empresarios a subcontratar algún servicio es mínima y limitada a procesos de Transporte/Distribución y Suministros.

3.10 SECTOR TURISTICO

Necesidades de la empresa

Acuerdos de cooperación con otras empresas (% vertical y respuesta múltiple)

<i>NO</i>	52,9
<i>SI</i>	47,1

Procesos que subcontratarían

<i>Comercial/Marketing</i>	58,3 %
<i>Cooperación Comercial</i>	28,8 %
<i>Formación</i>	37,5 %
<i>Distribución</i>	4,2 %
<i>Servicios</i>	4,2 %
<i>I+D</i>	-
<i>Exportación</i>	-
<i>Otros</i>	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

Respecto a los acuerdos de cooperación con otras empresas, casi la mitad de los encuestados se muestran favorables.

La mayor parte de los acuerdos se llevarían a cabo en procesos comerciales y de marketing, pero con una proporción importante del capítulo de formación.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura del empleo

*Evolución de la población asalariada y no asalariada
y productividad del factor trabajo (miles de Pts.)
Hostelería y Restaurantes, 1985 y 1992*

	1985		1992	
	Total	%	Total	%
<i>Población asalariada</i>	8.826	59,4	12.757	59,4
<i>Población no asalariada</i>	6.034	40,6	8.721	40,6
<i>Total población ocupada</i>	14.860	100	21.478	100
<i>V.A.B. (c.f.)</i>	33.891		89.551	
<i>Productividad</i>	2.281		4.169	

Fuente: Tablas I-O Aragón 1985 y 1992. Elaboración propia.

La población ocupada entre **hostelería y restauración** ha experimentado un crecimiento del 44,5% en el período comprendido entre 1985 y 1992, tanto en el personal asalariado como en el no asalariado, paralelamente al incremento registrado en el Valor Añadido Bruto (en proporción algo mayor del 60% respecto a 1985) que ha permitido aumentar la productividad de esta rama.

La hostelería y restauración aportan el 8% del V.A.B. y del empleo al total del Sector Servicios, pero mientras el peso relativo del empleo apenas ha sufrido una variación relevante, el V.A.B. ha pasado de una proporción ligeramente superior al 7% a otra del 8,3% en 1992.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura del empleo

No obstante, lo más significativo en la ocupación del sector es el estancamiento del número de personas ocupadas en Zaragoza, que incluso llega a registrar algunas pérdidas (10.791 en 1985 y 10.653 en 1992), pese a seguir agrupando el mayor número de ocupados del conjunto regional.

El crecimiento, por tanto, se ha producido exclusivamente en Teruel y, sobre todo, en Huesca: el peso relativo de la población ocupada de Zaragoza ha pasado de constituir el 72,6% de la ocupación total de Aragón en 1985 a agrupar el 49,6% de la misma al final del período.

Evolución del personal empleado en establecimientos hoteleros, 1990 - 1993

	1990	1991	1992	1993
<i>Zaragoza</i>	1.484	1.624	1.578	1.585
<i>Huesca</i>	725	856	896	795
<i>Teruel</i>	467	505	485	481
<i>ARAGON</i>	2.676	2.984	2.819	2.861

Fuente: INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS: Anuario Estadístico de Turismo,

El empleo descendió entre un 10% y un 15% entre 1992 y 1993 en el conjunto del sector, pese a lo cual la hostelería registró un ligero incremento (1,5%), al tiempo que los costes salariales experimentaban una subida superior al 6%.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura del empleo

Necesitan puestos de trabajo en su empresa (% vertical y respuesta multiple)

<i>NO</i>	68,6
<i>SI</i>	31,4

Puestos que necesitan

<i>Administrativos</i>	12,5 %
<i>Técnicos</i>	12,5 %
<i>Operarios/peones</i>	62,5 %
<i>Comerciales</i>	6,3 %
<i>Cuadros Medios</i>	-
<i>NS/NC</i>	12,5 %

Fuente: EOI. Telemarketing, 1995.

El 31 % de los responsables consultados afirman necesitar algún puesto de trabajo, especialmente de los niveles profesionales inferiores. En menor medida se señala la necesidad de puestos Administrativos y Técnicos y, en ningún caso, de Cuadros Medios.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura del empleo

*Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo
(% horizontal)*

	<i>Aumentará</i>	<i>Se mantendrá</i>	<i>Disminuirá</i>	<i>NS/NC</i>
<i>Directivos</i>	3,9	96,1	-	-
<i>Técnicos</i>	9,8	72,5	-	17,6
<i>Administrativos</i>	7,8	90,2	2,0	-
<i>Secretarias</i>	3,9	70,6	-	25,5
<i>Personal Aux.</i>	11,8	70,6	3,9	13,7
<i>Obreros</i>	15,7	60,8	7,8	15,7
<i>Obreros espec.</i>	17,6	76,5	-	5,9
<i>Cuadros medios</i>	-	84,3	-	15,7

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

La previsión de aumento de plantilla se define por el mantenimiento general de todos los trabajos, según la opinión mayoritaria de los empresarios entrevistados.

Las pérdidas de empleo afectan exclusivamente a Obreros, Personal Auxiliar y Administrativos, aunque es mayor la proporción de los que prevén aumento de plantilla en esos niveles profesionales.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura del empleo

	<i>Necesidad de más recursos humanos (% horizontal)</i>			
	NO	SI		NS/NC
		<i>Especializando personal actual</i>	<i>Buscando personal</i>	
<i>Idiomas</i>	60,8	33,3	3,9	2,0
<i>Informática</i>	52,9	37,3	5,9	3,9
<i>Medio Ambiente</i>	88,2	11,8	-	-
<i>Dirección</i>	82,4	15,7	-	2,0
<i>Contabilidad</i>	80,4	15,7	2,0	2,0
<i>Conocimientos CE</i>	76,5	21,5	21,6	2,0
<i>Exportación</i>	94,1	5,9	-	-
<i>Logística</i>	86,3	11,8	-	2,0
<i>Marketing</i>	66,7	29,4	2,0	2,0
<i>Finanzas</i>	86,3	9,8	2,0	2,0
<i>Otros</i>	100	-	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura del empleo

La necesidad de recursos humanos es especialmente relevante en las especialidades de Informática, Idiomas, Marketing y Conocimientos de CE, pero sólo en este último caso la especialización se realizaría buscando personal, en la misma proporción que mediante la especialización del personal actual. En el resto de los casos, la especialización se realizaría mayoritariamente con el personal actual.

3.10 SECTOR TURISTICO

Estructura del empleo

*Tiempo que puede dedicar el personal a su formación
(% vertical)*

	<i>Personal Superior</i>	<i>Personal Medio</i>	<i>Administrativos</i>	<i>Otros</i>
<i>Viernes y Sábado mañana</i>	11,8	11,8	11,8	11,8
<i>1 tarde por semana</i>	33,3	35,3	35,3	35,3
<i>2 tardes por semana</i>	29,4	27,5	27,5	27,5
<i>1 día por semana</i>	2,0	2,0	2,0	2,0
<i>En horario no laboral</i>	9,8	9,8	9,8	11,8
<i>En función del curso</i>	-	-	-	2,0
<i>Otros</i>	7,8	7,8	7,8	5,9
<i>NS/NC</i>	5,9	5,9	5,9	5,9

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

El tiempo que dedicaría el personal a su formación, a juicio de los responsables consultados, abarca todas las alternativas pero preferentemente 1-2 tardes por semana.

3.10 SECTOR TURISTICO

Evolución futura del empleo

<i>Evolución futura del empleo (% horizontal)</i>				
	<i>Perderá</i>	<i>Conservará</i>	<i>Aumentará</i>	<i>NS/NC</i>
<i>Operarios</i>	15,7	51,0	29,4	3,9
<i>Cuadros medios</i>	9,8	72,5	9,8	7,8
<i>Especialistas</i>	11,8	66,7	17,6	3,9
<i>Profes. de nivel</i>	7,8	78,4	9,8	3,9

Fuente: EOI. Telemarketing, 1995.

La evolución futura del empleo indica una previsión mayoritaria de conservación y, en menor proporción, de aumento en todos los niveles profesionales.

3.10 SECTOR TURISTICO

Necesidades de Formación

Necesidad de apoyo formativo en el Area de Producción (% respuesta afirmativa)

	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Calidad Total</i>	5,9	2,0
<i>Mejora continua</i>	3,9	2,0
<i>Robótica</i>	2,0	2,0
<i>Electrónica</i>	-	-
<i>Just in time</i>	2,0	-
<i>Informática</i>	-	-
<i>Compras</i>	-	-
<i>Logística</i>	-	-
<i>No necesitan</i>	92,2	96,1
<i>Otros</i>	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

La necesidad de apoyo formativo en el Area de Producción es reconocida por un 8 % de las consultas realizadas en niveles profesionales medios y un 4 % en los niveles superiores.

Las líneas formativas preferentes son: Calidad Total, Mejora continua, Robótica y Just in time.

3.10 SECTOR TURISTICO

Necesidades de Formación

*Necesidad de apoyo formativo en el Area
de Administración y Dirección
(% respuesta afirmativa)*

	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Informática</i>	39,2	27,5
<i>Idiomas</i>	41,2	31,4
<i>Organización</i>	21,6	15,7
<i>Gestión/Dirección</i>	7,8	23,5
<i>Logística</i>	3,9	5,9
<i>Medio Ambiente</i>	3,9	3,9
<i>Finanzas</i>	5,9	5,9
<i>No necesitan</i>	41,2	49,0
<i>Otros</i>	-	-

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

En el Area de Administración y Dirección, sin embargo, es menor la proporción de los que afirman no ser necesario ningún tipo de apoyo formativo.

La formación iría dirigida, especialmente, a Idiomas, Informática y Organización.

3.10 SECTOR TURISTICO

Necesidades de Formación

<i>Necesidad de apoyo formativo en el Area Comercial (% respuesta afirmativa)</i>		
	<i>Nivel medio</i>	<i>Nivel alto</i>
<i>Marketing</i>	<i>43,1</i>	<i>35,3</i>
<i>Ventas</i>	<i>27,5</i>	<i>21,6</i>
<i>Logística</i>	<i>7,8</i>	<i>7,8</i>
<i>Comercio Exterior</i>	<i>9,8</i>	<i>11,8</i>
<i>No necesitan</i>	<i>45,1</i>	<i>52,9</i>
<i>Otros</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

Fuente: E.O.I. Telemarketing, 1995.

También en el Area Comercial la necesidad de apoyo formativo es más ampliamente sentida por los responsables consultados.

Las líneas de actuación más señaladas son Marketing y Ventas, en proporción mayor para los niveles medios, seguida por Comercio Exterior que, en cambio, es algo mayor para los niveles superiores. Por último figura Logística, en igual proporción en ambos niveles.

3.10 SECTOR TURISTICO

Perspectivas y Tendencias

Además del factor económico existen determinantes socioculturales del crecimiento turístico.

En los últimos años se han producido importantes cambios en los hábitos de consumo turístico de los españoles, en parte importados de Europa, donde ya se produjeron con anterioridad.

Las principales tendencias pueden resumirse en las siguientes líneas:

- Rechazo de la masificación.
- Ampliación de la oferta de ocio hacia aspectos socioculturales.
- Mayor interés por la naturaleza y el medio rural frente a las áreas costeras.
- Tendencia a reducir la concentración del período vacacional en un solo mes, distribuyendo el tiempo en varios períodos cortos a lo largo del año.

3.10 SECTOR TURISTICO

Amenazas y Oportunidades

El consumo originado por actividades turísticas es una variable estrechamente ligada, cuantitativa y cualitativamente, al nivel de vida. Por ello, la elevación de la renta per cápita impulsa el dinamismo del sector.

En este sentido, la crisis de los últimos años no ha favorecido su crecimiento, si bien es cierto que se ha producido una mayor tendencia a los desplazamientos interiores, frente al aumento de los desplazamientos al extranjero, experimentado en años anteriores por parte del turismo nacional.

Por otra parte, la entrada en vigor del Mercado Unico Europeo supone una ampliación importante de la demanda, tradicionalmente atraída por la oferta turística española.

3.10 SECTOR TURISTICO

Conclusiones

Entre los aspectos importantes del subsector hotelero cabría destacar la desorientación de los empresarios, señalada en el Informe Económico de Aragón (1993), respecto al futuro del mismo, como revela la discordancia existente entre los precios tarifados y los aplicados realmente, con una clara falta de conocimiento de la oferta futura más conveniente.

Formación y Empleo.

La mayor parte de los empresarios consultados se muestran optimistas respecto al futuro del sector: un 45 % señala una tendencia estable en sus empresas, y un 33 % una tendencia creciente.

Algo más del 30 % reconoce necesitar algún puesto de trabajo, señalando, mayoritariamente, la necesidad de los puestos de nivel inferior.

La previsión de plantilla según tipos de trabajo se decanta por el mantenimiento de todos los puestos en proporción superior al 60 %, pero con ligeros aumentos en todos los niveles profesionales. La evolución futura del empleo confirma esta previsión, destacando el grupo de operarios y el de especialistas, para los que se prevén los mayores aumentos y, aunque en menor proporción, también las mayores pérdidas.

La especialización de recursos humanos se realizaría, mayoritariamente, especializando al personal actual, excepto en el área de Conocimientos CE, en el que las respuestas apuntan por igual esta alternativa y la posibilidad de buscar personal de nuevo ingreso.

3.10 SECTOR TURISTICO

Conclusiones

Las respuestas más numerosas respecto al tiempo que podría dedicar el personal a su formación se agrupan en la opción 1 tarde por semana, con escaso margen de los que contestan a favor de 2 tardes por semana y, en menor medida, podría realizarse los viernes y sábados por las mañanas, en todos los niveles profesionales.

La formación del personal perteneciente a las distintas Areas se concreta en las siguientes líneas prioritarias de actuación:

AREA	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
PRODUCCION	Calidad total Mejora continua Robótica Just in time	Calidad total Mejora continua Robótica
ADMINISTRACION Y DIRECCION	Idiomas Informática Organización	Idiomas Informática Gestión/Dirección Organización Finanzas
COMERCIAL	Marketing Ventas Comercio Exterior Logística	Marketing Ventas Comercio Exterior Logística

4.- MODULOS DOCENTES

4.- MODULOS DOCENTES

Marco General

Mejorar el nivel de formación de los recursos humanos es una necesidad evidente a escala nacional y regional, tanto por su efecto beneficioso para paliar el grave problema del paro como por ser una medida eficaz para optimizar la estructura productiva y la competitividad de nuestras empresas.

En la Comunidad de Aragón, la alta tasa de colocación obtenida en el Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional (notablemente superior a la media de inserción de alumnos formados a nivel nacional) refleja claramente el efecto positivo de las acciones encaminadas a mejorar la cualificación profesional de la población, alentando a la vez la realización de nuevas iniciativas en este campo.

No obstante, si bien es cierta la necesidad de mejorar los niveles educativos en general, también lo es que en el ámbito de la formación profesional no reglada es preciso diseñar una estrategia de actuación que tenga como objetivo prioritario la correcta adecuación de la oferta de cursos a las necesidades del entorno laboral y las posibilidades de creación de empleo.

Así, del estudio socioeconómico y del análisis de los sectores de actividad de la Comunidad de Aragón se deducen unas necesidades formativas cuyo objetivo sería dar cobertura fundamentalmente a tres colectivos:

- Directivos y técnicos en paro (actual y desempleo futuro inducido).

4.- MODULOS DOCENTES

Marco General

- Directivos y técnicos en activo con necesidad de mejorar su cualificación con el objetivo de ajustarse a las necesidades y exigencias de un mercado de trabajo cambiante.

- Titulados en busca de empleo. .

Las acciones formativas se orientan tanto a fomentar la generación de nuevo empleo, como al mantenimiento del actual y, para una cobertura óptima, las principales áreas de capacitación serían:

- . Gestión empresarial

- . Industria y Producción

- . Comercial y Marketing

- . Administración/Finanzas

- . Medio Ambiente

- . Emprendedores

4.- MODULOS DOCENTES

Marco General

No obstante, las posibilidades de actuación se ven limitadas por la dotación presupuestaria del Programa F.S.E.-E.O.I., que obliga a una rigurosa selección de las acciones a realizar, y que en el caso de Aragón se enmarcan en dos de las principales líneas de actuación de dicho Programa:

- Acciones formativas para la mejora de la Gestión empresarial

- Formación de emprendedores

4.- MODULOS DOCENTES

Marco General

Se han seleccionado siete módulos docentes de las cuatro áreas previstas, por ser los que mejor se adaptan a las necesidades de la Comunidad:

<u>AREA</u>	<u>MODULO</u>
Gestión Empresarial:	. Nuevas Tecnologías para la Gestión Empresarial . Planificación Estratégica para el Desarrollo de PYMES . Gestión de Empresa - Area Marketing . Gestión de Empresa - Area Financiera
Emprendedores:	. Formación de Emprendedores
Medio Ambiente:	. Emprendedores Medio Ambiente
Gestión Industrial:	. Gestión de Operaciones Industriales

4.1.- MODULO DOCENTE· NUEVAS TECNOLOGIAS PARA LA GESTION EMPRESARIAL

Ficha Técnica

PROGRAMA EN QUE SE INTEGRA:

Nuevas Tecnologías para la Gestión Empresarial

CONTENIDOS

Organización y Estructura
Contabilidad-Análisis Financiero
Marketing e Investigación de Mercados
Planificación Estratégica
Toma de decisiones con ayuda de Ordenador
Sistemas Informáticos
Proceso productivo
Calidad Total
Comunicación
Inglés aplicado
Comunidades Europeas
Derecho Laboral
Comercio Exterior
Derecho Fiscal
Derecho Societario
Recursos Humanos
Creatividad
Medio Ambiente
Derecho Comunitario

4.1.- MODULO DOCENTE: NUEVAS TECNOLOGIAS PARA LA GESTION EMPRESARIAL

Ficha Técnica

OTRAS CARACTERISTICAS TECNICAS: ELABORACION DE UN PROYECTO DE EMPRESA

En este Proyecto de Empresa se aplican los conocimientos adquiridos con las materias impartidas.

Para su realización se cuenta con unos módulos específicos sobre **Metodología de Proyecto y Trabajos de Campo y Proyecto**, y su desarrollo se orienta gradualmente mediante las tutorías/consultorías que mantienen los distintos profesores con los alumnos, además de la consultoría general a cargo del Director del Proyecto.

Todos los proyectos se materializan en una memoria escrita. Algunos de ellos se presentan en sesión pública.

DURACION

640 horas.

4.1.- MODULO DOCENTE: NUEVAS TECNOLOGIAS PARA LA GESTION EMPRESARIAL

Orientación de la acción a los objetivos por sector

El Programa de Nuevas Tecnologías para la Gestión Empresarial tiene por objeto facilitar la reconversión de zonas gravemente afectadas por el declive industrial, fomentando las iniciativas empresariales y mejorando la formación de empresarios y directivos, ya que aporta una sistemática para el tratamiento de los problemas empresariales y profundiza en los conocimientos específicos necesarios para la gestión de la empresa y la adecuada toma de decisiones.

Al mismo tiempo, busca el poder completar la formación del licenciado reciente con un conocimiento práctico de la gestión empresarial en su conjunto, y de cada área funcional en particular, reproduciendo el modo y el ambiente en el que se desenvuelven las relaciones profesionales de trabajo a través de métodos de trabajo activo (trabajo en equipo sobre Proyectos elegidos por iniciativa de los participantes).

4.1.- MODULO DOCENTE: NUEVAS TECNOLOGIAS PARA LA GESTION EMPRESARIAL

Distribución geográfica propuesta de la acción

<u>COMARCA</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
Zaragoza-Ribera del Ebro	60
Jalón Medio-La Almunia	18
Calatayud	18
Huesca	40
Barbastro-Monzón	18
Teruel	16
TOTAL ACCIONES	170

4.1.- MODULO DOCENTE: NUEVAS TECNOLOGIAS PARA LA GESTION EMPRESARIAL

Calendario recomendado

CALENDARIO

<u>AÑO</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
1994	25
1995	25
1996	25
1997	25
1998	25
1999	45
TOTAL ACCIONES	170

4.1.- MODULO DOCENTE: NUEVAS TECNOLOGIAS PARA LA GESTION EMPRESARIAL

Evaluación de la acción

EVALUACION Y SEGUIMIENTO

Se recurre a criterios de evaluación continuada: asistencia e intervenciones en clase; realización de ejercicios y/o trabajos realizados con cada asignatura y la aprobación del Proyecto de Empresa. El reducido número de alumnos (25), unido a la intensa dedicación del Cuadro de Profesores, constituye un marco muy apropiado para la administración de la evaluación continua.

4.2.- MODULO DOCENTE: PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA DESARROLLO DE LAS PYMES

Ficha Técnica

PROGRAMA EN EL QUE SE INTEGRA:

Formación de Emprendedores - Plan Estratégico PYMES

CONTENIDOS

I. Formación General en Gestión Empresarial

Marketing

Finanzas

Producción

Simulación de la Gestión

Aplicaciones Informáticas

Recursos Humanos

Aspectos fiscales

Aspectos Jurídicos

Comercio Exterior

Entorno Comunicativo

Comunicación

II. Formación específica para la Elaboración del Plan Estratégico

4.2.- MODULO DOCENTE: PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA DESARROLLO DE LAS PYMES

Ficha Técnica

OTRAS CARACTERISTICAS TECNICAS

El elemento clave es la Guía de Elaboración del Plan Estratégico, que permite y facilita el avance del mismo.

Las características metodológicas son las siguientes:

- 1) Explicación de la Guía de Elaboración del Plan de Negocio.
- 2) Trabajo de Campo.- Se entrega una documentación "ad hoc" en la que figuran las fuentes que permiten realizar un análisis completo del entorno, y se indican las pautas para obtener de ellas una información relevante y cómo estructurarla.
- 3) Consultorías individualizadas, que aseguran el progreso correcto en la elaboración del Plan Estratégico.
- 4) Presentación de los Proyectos.
- 5) Análisis de Viabilidad

DURACION

500 horas.

4.2.- MODULO DOCENTE: PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA DESARROLLO DE LAS PYMES

Orientación de la acción a los objetivos por sector

Esta Acción Formativa va dirigida a la cualificación de pequeños y medianos empresarios, así como a personal directivo de PYMES que desee realizar un Plan Estratégico que garantice la competitividad a corto y medio plazo. Constituyen colectivos de alto riesgo por la amenaza de paro (que con frecuencia sería de larga duración por sus características de edad o habilidades obsoletas) que se deriva de la inadaptación sobrevenida por rápidos cambios del entorno.

La realización de esta Acción Formativa permite al empresario plantear una profunda revisión de su empresa, mediante la autoevaluación del Plan Estratégico que se lleva a cabo a través de metodologías propias de la E.O.I., diseñadas específicamente para estos cursos por profesores-consultores.

4.2.- MODULO DOCENTE: PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA DESARROLLO DE LAS PYMES

Distribución geográfica propuesta de la acción

<u>COMARCA</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
Zaragoza-Ribera del Ebro	18
Jalón Medio-La Almunia	3
Calatayud	4
Huesca	4
Barbastro-Monzón	3
Teruel	4
TOTAL ACCIONES	36

**4.2.- MODULO DOCENTE: PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA
DESARROLLO DE LAS PYMES**

Calendario recomendado

CALENDARIO

<u>AÑO</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
1994	7
1995	7
1996	7
1997	7
1998	7
1999	1
TOTAL ACCIONES	36

4.2.- MODULO DOCENTE: PLANIFICACION ESTRATEGICA PARA DESARROLLO DE LAS PYMES

Evaluación de la acción

EVALUACION Y SEGUIMIENTO

Al término del curso se evalúan Proyectos y Alumnos, según el Cuestionario de Evaluación SCET (Scale, Comparison, Evaluation, Technique).

El seguimiento se realiza a través de las siguientes acciones:

- a) Acompañamiento técnico a los empresarios participantes en la etapa de implantación de sus Planes Estratégicos.
- b) Publicación de un Directorio por Curso y Comunidad como medio de fomentar los contactos entre los participantes de cada Promoción y de éstos con los de las Promociones que les precedieron.
- c) Reuniones para intercambio de experiencias y fomento de las relaciones mutuas.

4.3.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA MARKETING

Ficha Técnica

PROGRAMA EN QUE SE INTEGRA:

Autoempleo y desarrollo de negocios para Directivos.

CONTENDIDOS

Asesoramiento y Autodiagnóstico
Capacidades Personales
Herramientas Microinformáticas
Contabilidad y Finanzas
Marketing Comercial
Operaciones y Logística
Derecho Mercantil y Fiscal
Recursos Humanos y Derecho Laboral
Business Game
Política de Empresa
Desarrollo de Proyectos
Internacional

4.3.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA MARKETING

Ficha Técnica

OTRAS CARACTERISTICAS TECNICAS: ELABORACION DE UN PROYECTO DE EMPRESA

La elaboración de un proyecto de empresa incluye un estudio de mercado en el que se plasmarán los conocimientos adquiridos en las diferentes materias impartidas. Contará con la orientación de distintos profesores mediante consultorías/tutorías, individuales o en pequeños grupos, además de la consultoría general del Director de Proyecto.

El desarrollo del Proyecto se apoya fundamentalmente en:

- Análisis y diagnóstico interno y externo de la empresa
- Formulación de objetivos y estrategias
- Formulación del plan de negocio
- Plan de implantación

Todo ello se debe materializar en una memoria escrita.

DURACION

500 horas, de las que 250 se destinan a Desarrollo de Proyectos.

4.3.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA MARKETING

Orientación de la acción a los objetivos por sector

Pretende fomentar el ajuste estructural y la reorientación profesional hacia nuevas áreas del conocimiento empresarial o a la creación de su propio negocio por parte de Titulados Superiores y Directivos en paro.

La formación proporciona al participante la preparación teórica y práctica necesaria para:

- Establecer, desarrollar y gestionar su propio negocio,

- Actuar como consultor de otras empresas, especialmente PYMES

También tiene por objetivo combatir el paro de larga duración y facilitar la inserción profesional de personas expuestas a la exclusión del mercado de trabajo.

4.3.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA MARKETING

Distribución geográfica propuesta de la acción

<u>COMARCA</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
Zaragoza-Ribera del Ebro	28
Jalón Medio-La Almunia	5
Calatayud	5
Huesca	6
Barbastro-Monzón	2
Teruel	3
TOTAL ACCIONES	49

4.3.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA MARKETING

Programa y calendario recomendados

CALENDARIO

<u>AÑO</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
1994	8
1995	8
1996	8
1997	8
1998	8
1999	9
TOTAL ACCIONES	49

4.3.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA MARKETING

Evaluación de la acción

EVALUACION Y SEGUIMIENTO

Se establecen sistemas de evaluación continua de los alumnos, con controles específicos de cada materia.

El Proyecto, de elaboración obligatoria, es también un elemento fundamental en la evaluación final, para la que se utilizará el cuestionario de Evaluación SCET (Scale, Comparison, Evaluation, Technique).

4.4.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA FINANCIERA

Ficha Técnica

PROGRAMA EN QUE SE INTEGRA:

Autoempleo y desarrollo de negocios para Directivos.

CONTENIDOS

Asesoramiento y Autodiagnóstico

Capacidades Personales

Herramientas Microinformáticas

Contabilidad y Finanzas

Marketing Comercial

Derecho Mercantil y Fiscal

Business Game

Política de Empresa

Desarrollo de Proyectos

Internacional

4.4.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA FINANCIERA

Ficha Técnica

OTRAS CARACTERISTICAS TECNICAS

La elaboración del Proyecto de Empresa incluye un Plan de Viabilidad Financiera para la empresa a desarrollar, que se materializará en una memoria escrita.

El desarrollo del Proyecto se apoya fundamentalmente en:

- Análisis y diagnóstico interno y externo de la empresa
- Formulación de objetivos y estrategias
- Formulación del plan de negocio
- Plan de implantación

También se basa en la permanente orientación y apoyo por parte de los distintos profesores.

DURACION

500 horas, de las que 250 se destinan a Desarrollo de Proyectos.

4.4.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA FINANCIERA

Orientación de la acción a los objetivos por sector

Pretende proporcionar a los participantes la formación teórica y práctica necesaria, con especialización en los aspectos financieros, para poder actuar como profesionales de la gestión de empresa.

La formación persigue la reorientación profesional de Titulados Superiores, fomentando las iniciativas empresariales y permitiendo al participante actuar como asesor financiero de otras empresas, especialmente PYMES.

También tiene por objeto combatir el paro de larga duración y facilitar la inserción profesional de personas expuestas a la exclusión del mercado de trabajo.

4.4.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA FINANCIERA

Distribución geográfica propuesta de la acción

<u>COMARCA</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
Zaragoza-Ribera del Ebro	20
Jalón Medio-La Almunia	5
Calatayud	6
Huesca	6
Barbastro-Monzón	2
Teruel	4
TOTAL ACCIONES	43

4.4.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA FINANCIERA

Programa y calendario recomendados

CALENDARIO

<u>AÑO</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
1994	7
1995	7
1996	7
1997	7
1998	7
1999	8
TOTAL ACCIONES	43

4.4.- MODULO DOCENTE: GESTION DE EMPRESAS - AREA FINANCIERA

Evaluación de la acción

EVALUACION Y SEGUIMIENTO

El seguimiento se efectuará mediante entrevistas periódicas individuales para conocer la actitud y evolución de los participantes.

Se establecen sistemas de evaluación continua de los alumnos, con controles específicos de cada materia.

El Proyecto, de elaboración obligatoria, es también un elemento fundamental en la evaluación final, que se realizará mediante el sistema de Evaluación SCET (Scale, Comparison, Evaluation, Technique).

4.5.- MODULO DOCENTE: FORMACION DE EMPRENDEDORES

Ficha Técnica

PROGRAMA EN QUE SE INTEGRA:

Formación de Emprendedores - Plan Estratégico PYMES

CONTENIDOS

Marketing

Finanzas

Producción

Simulación de la Gestión

Aplicaciones Informáticas

Recursos Humanos

Aspectos Fiscales

Aspectos Jurídicos

Entorno Comunitario

Comunicación

4.5.- MODULO DOCENTE: FORMACION DE EMPRENDEDORES

Ficha Técnica

OTRAS CARACTERISTICAS TECNICAS

Junto a esta Formación General en Gestión Empresarial se imparte un módulo de Formación Específica en Creación de Empresas.

Para ello se explica la Guía de Elaboración de Planes de Negocio y se realiza un Trabajo de Campo que cuenta con la orientación del profesor-Consultor, lo que permite avanzar, paso a paso, desde la idea o proyecto hasta la concreción de un programa con su calendario y presupuestos para la nueva empresa, así como el correspondiente análisis de viabilidad.

DURACION

500 horas

4.5.- MODULO DOCENTE: FORMACION DE EMPRENDEDORES

Orientación de la acción a los objetivos por sector

El objetivo es fomentar el desarrollo de iniciativas empresariales estimulando el espíritu emprendedor y de innovación en la búsqueda y explotación sistemática de las oportunidades del entorno. Se orienta a la creación de actividades autónomas y/o empresas, proporcionando una formación básica multidisciplinar a los participantes.

Igualmente pretende combatir el paro de larga duración y facilitar la inserción profesional de los jóvenes y de las personas expuestas a la exclusión del mercado laboral.

4.5.- MODULO DOCENTE: FORMACION DE EMPRENDEDORES

Distribución geográfica propuesta de la acción

<u>COMARCA</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
Zaragoza-Ribera del Ebro	26
Jalón Medio-La Almunia	6
Calatayud	6
Huesca	7
Barbastro-Monzón	5
Teruel	6
TOTAL ACCIONES	56

4.5.- MODULO DOCENTE· FORMACION DE EMPRENDEDORES

Programa y calendario recomendados

CALENDARIO

<u>AÑO</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
1994	10
1995	15
1996	10
1997	10
1998	10
1999	6
TOTAL ACCIONES	56

4.5.- MODULO DOCENTE: FORMACION DE EMPRENDEDORES

Evaluación de la acción

EVALUACION Y SEGUIMIENTO

Al término del curso se evalúan Proyectos y Alumnos, según el Cuestionario de Evaluación SCET (Scale, Comparison, Evaluation, Technique).

El seguimiento se estructura a través de las siguientes acciones:

- a) Acompañamiento de los emprendedores y Proyectos susceptibles de implantación inmediata, mediante asesoramiento y estímulo para vencer los primeros obstáculos.
- b) Publicación de un Directorio por Curso y Comunidad como medio de fomentar los contactos entre los participantes de cada Promoción y de éstos con los de las Promociones que les precedieron.
- c) Reuniones para intercambio de experiencias y fomento de las relaciones mutuas.
- d) Creación de una Base de Datos con todos los Proyectos, que posibilite la explotación ágil de relaciones.

4.6.- MODULO DOCENTE: MEDIO AMBIENTE

Ficha Técnica

PROGRAMA EN QUE SE INTEGRA:

Emprendedores medioambientales

CONTENIDOS

Sectores y procesos industriales

Contaminación atmosférica

Contaminación de las aguas

Aguas residuales

Contaminación de los suelos

Residuos sólidos

Contaminación acústica

Gestión ambiental

Evaluación del impacto ambiental

Legislación

4.6.- MODULO DOCENTE: MEDIO AMBIENTE

Ficha Técnica

OTRAS CARACTERISTICAS TECNICAS

La formación de emprendedores medioambientales está orientada al campo de la ingeniería y la gestión medioambiental, cuyos destinatarios son las administraciones autonómica y local.

Este módulo incluye la resolución de casos prácticos, al que se destinan 150 horas.

DURACION

500 horas

4.6.- MODULO DOCENTE: MEDIO AMBIENTE

Orientación de la acción a los objetivos por sector

La formación impartida en este módulo se basa en la necesidad de las empresas de adoptar un Plan de Gestión Medioambiental como parte integrante de la Gestión Empresarial, con la misma importancia que cualquier otra área.

El objetivo de este módulo es doble:

- Proporcionar a los participante los conocimientos medioambientales necesarios para valorar los efectos potenciales de la actividad industrial sobre el Medio Ambiente.
- Dar a conocer los aspectos fundamentales de la política medioambiental que permitan capacitar a los alumnos para una correcta gestión en esta área.

4.6.- MODULO DOCENTE: MEDIO AMBIENTE

Distribución geográfica propuesta de la acción

<u>COMARCA</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
Zaragoza-Ribera del Ebro	11
Jalón Medio-La Almunia	2
Calatayud	3
Huesca	3
Barbastro-Monzón	1
Teruel	2
TOTAL ACCIONES	22

4.6.- MODULO DOCENTE: MEDIO AMBIENTE

Programa y calendario recomendados

CALENDARIO

<u>AÑO</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
1994	4
1995	4
1996	4
1997	4
1998	4
1999	2
TOTAL ACCIONES	22

4.6.- MODULO DOCENTE: MEDIO AMBIENTE

Evaluación de la acción

EVALUACION Y SEGUIMIENTO

Al término del curso se evalúan Proyectos y Alumnos, según el Cuestionario de Evaluación SCET (Scale, Comparison, Evaluation, Technique).

El seguimiento se llevará a cabo a través del nivel de asistencia a las clases, mediante la realización de entrevistas individuales periódicas.

4.7.- MODULO DOCENTE: GESTION DE OPERACIONES INDUSTRIALES

Ficha Técnica

PROGRAMA EN QUE SE INTEGRA:

Emprendedores, Calidad Total, Innovación Tecnológica y Seguridad.

CONTENIDOS

Diseño e innovación de producto
Gestión tecnológica y de innovación
Estrategia de Operaciones
Calidad Industrial
Logística
Planificación y Organización de la Producción
Mantenimiento Industrial
Seguridad en el Trabajo
Simulación
Impacto Ambiental
Gestión de Proyectos

OTRAS CARACTERISTICAS TECNICAS

Se incluye el estudio y discusión de casos prácticos y la utilización de juegos de simulación.

DURACION

500 horas lectivas.

4.7.- MODULO DOCENTE: GESTION DE OPERACIONES INDUSTRIALES

Orientación de la acción a los objetivos por sector

El Módulo de Gestión de Operaciones Industriales se orienta hacia tres objetivos:

- Análisis de los fundamentos y técnicas de gestión en el área de operaciones industriales.
- Identificación de los factores tecnológicos claves para la mejora de la competitividad.
- Elaboración de un diagnóstico de las situaciones y problemas que pueden presentarse en una empresa industrial.

4.7.- MODULO DOCENTE: GESTION DE OPERACIONES INDUSTRIALES

Distribución geográfica propuesta de la acción

<u>COMARCA</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
Zaragoza-Ribera del Ebro	72
Jalón Medio-La Almunia	14
Calatayud	12
Huesca	20
Barbastro-Monzón	9
Teruel	16
TOTAL ACCIONES	143

4.7.- MODULO DOCENTE: GESTION DE OPERACIONES INDUSTRIALES

Programa y calendario recomendados

CALENDARIO

<u>AÑO</u>	<u>ACCIONES FORMATIVAS</u>
1994	25
1995	25
1996	25
1997	25
1998	25
1999	18
TOTAL ACCIONES	143

4.7.- MODULO DOCENTE: GESTION DE OPERACIONES INDUSTRIALES

Evaluación de la acción

EVALUACION Y SEGUIMIENTO

El seguimiento se efectuará mediante entrevistas periódicas individuales para conocer la actitud y evolución de los participantes.

Se establecen sistemas de evaluación continua de los alumnos, con controles específicos de cada materia.

Se evaluará la calidad de los trabajos y Proyectos realizados, utilizándose el sistema de Evaluación SCET (Scale, Comparison, Evaluation, Technique).

5.- CUADRO DE ACCIONES FORMATIVAS POR SECTOR

5.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	19.106
- N° de empresas (1995)	1.539
- Total personas a capacitar	1.581

TOTAL ACCIONES CAPACITACION POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	330
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area industria y producción	725
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	141
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	160
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	75
- Nuevo empleo	. Emprendedores	150

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON**SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA AGROALIMENTARIA****CARACTERISTICAS GENERALES**

ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: En desarrollo. Reestructuración necesaria.</p> <p>Empleo: Aporta el 3,2% del total regional.</p> <p>Tipología empresarial: El 75,9% de las empresas tiene menos de 20 trabajadores, pero sólo agrupan el 34,3% del empleo.</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none">- Creación: Posible- Destrucción: Posible- Reciclaje: Muy necesario	<p>Cooperación empresarial: Necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Posible</p>

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON**SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA AGROALIMENTARIA**

OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	-
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	-
Creación de empresas	SI	SI	SI	-

5.2. CONSTRUCCION E INSTALACION

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	4.271
- N° de empresas (1995)	362
- Total personas a capacitar	876

TOTAL ACCIONES CAPACITACION POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	320
- Mantenimiento y · nuevo empleo	. Area industrial y producción	139
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	129
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	102
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	56
- Nuevo empleo	. Emprendedores	130

D

1

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON		
SECTOR O SUBSECTOR: CONSTRUCCION E INSTALACION		
CARACTERISTICAS GENERALES		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Gran dependencia de las Administraciones Públicas.</p> <p>Empleo: 11,4% del empleo regional.</p> <p>Tipología empresarial: El 83% de las empresas tiene menos de 10 trabajadores, pero sólo agrupan el 36,2% del empleo.</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación: Posible - Destrucción: Posible - Reciclaje: Necesario 	<p>Cooperación empresarial: Necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Posible</p>

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON**SECTOR O SUBSECTOR: CONSTRUCCION E INSTALACION**

OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	-
Creación de empresas	-	SI	SI	-

5.3. INDUSTRIA QUIMICA Y TRANSFORMADOS DEL CAUCHO

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	7.996
- N° de empresas (1995)	369
- Total personas a capacitar	1.274

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	310
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area industrial y producción	458
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	131
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	180
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	60
- Nuevo empleo	. Emprendedores	135

D

1

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON		
SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA QUIMICA Y TRANSFORMADOS DEL CAUCHO		
CARACTERISTICAS GENERALES		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Negativa en la industria química. Positiva en Transformados del caucho y plástico.</p> <p>Empleo: Aporta el 24% del empleo regional.</p> <p>Tipología empresarial: El 77% de las empresas tiene menos de 20 trabajadores, pero las de más de 100 agrupan el 46% del empleo.</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación: Posible - Destrucción: Posible - Reciclaje: Necesario 	<p>Cooperación empresarial: Recomendable</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Posible</p>

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON**SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA QUIMICA Y TRANSFORMADOS DEL CAUCHO**

OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	-
Creación de empresas	SI	SI	SI	-

5.4. FABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	18.920
- N° de empresas (1995)	1.438
- Total personas a capacitar	2.475

TOTAL ACCIONES CAPACITACION POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	695
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area industrial y producción	739
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	224
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	296
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	105
- Nuevo empleo	. Emprendedores	416

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON

SECTOR O SUBSECTOR: FABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS

CARACTERISTICAS GENERALES

ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Positivo.</p> <p>Empleo: En aumento. Aportación inferior al 3% del empleo regional.</p> <p>Tipología empresarial: Las pequeñas empresas suponen el 86% del total, y el 36% del empleo. Distribución bastante homogénea del resto.</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none">- Creación: Posible- Destrucción: Posible- Reciclaje: Necesario	<p>Cooperación empresarial: Necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Posible</p>

D

1

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON				
SECTOR O SUBSECTOR:				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLÓGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	-	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	-
Creación de empresas	SI	SI	SI	-

5.5. MAQUINARIA Y MATERIAL ELECTRICO Y ELECTRONICO

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	7.604
- N° de empresas (1995)	171
- Total personas a capacitar	1.229

TOTAL ACCIONES CAPACITACION POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	374
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area industrial y producción	364
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	100
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	103
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	60
- Nuevo empleo	. Emprendedores	228

D

1

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON		
SECTOR O SUBSECTOR: MAQUINARIA Y MATERIAL ELECTRICO Y ELECTRONICO		
CARACTERISTICAS GENERALES		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Positivo.</p> <p>Empleo: Evolución positiva con tendencia a incrementar. Escasa aportación al total (2,1%).</p> <p>Tipología empresarial: 70% de empresas pequeñas. El 60% del empleo pertenece a grandes empresas (de más de 250 empleos).</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <p>- Creación: Posible. Muy necesaria en puestos operativos y técnicos.</p> <p>- Destrucción: Posible</p> <p>- Reciclaje: Necesario</p>	<p>Cooperación empresarial: Necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Posible</p>

D

1

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON				
SECTOR O SUBSECTOR: MAQUINARIA Y MATERIAL ELECTRICO Y ELECTRONICO				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	-	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	-
Creación de empresas	-	SI	SI	-

5.6. INDUSTRIA TEXTIL

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	8.347
- N° de empresas (1995)	802
- Total personas a capacitar	1.239

TOTAL ACCIONES CAPACITACION POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	339
- Mantenimiento y nuevas técnicas	. Area industrial y producción	416
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	153
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	150
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	66
- Nuevo empleo	. Emprendedores	115

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON

SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA TEXTIL

CARACTERISTICAS GENERALES

ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Reestructuración muy necesaria.</p> <p>Empleo: Evolución negativa moderada. Aportación escasa al empleo regional.</p> <p>Tipología empresarial: 76% de pequeñas empresas, con el 48% del empleo.</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none">- Creación: Posible- Destrucción: Posible- Reciclaje: Muy necesario	<p>Cooperación empresarial: Muy necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Posible</p>

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON

SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA TEXTIL

OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	-	SI	SI	-
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	SI
Creación de empresas	-	SI	SI	SI

5.7. INDUSTRIA DE LA PIEL, CUERO Y CALZADO

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	4.254
- N° de empresas (1995)	380
- Total personas a capacitar	715

TOTAL ACCIONES CAPACITACIÓN POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	174
- Mantenimiento y nuevas técnicas	. Area industrial y producción	284
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	92
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	80
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	30
- Nuevo empleo	. Emprendedores	55

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON

SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA DE LA PIEL, CUERO Y CALZADO

CARACTERISTICAS GENERALES

ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Reestructuración muy necesaria.</p> <p>Empleo: Evolución negativa. Aportación mínima al empleo regional.</p> <p>Tipología empresarial: 81,5% de empresas pequeñas (de menos de 20 trabajadores) y el 41% del empleo.</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none">- Creación: Poco probable- Destrucción: Posible- Reciclaje: Muy necesario	<p>Cooperación empresarial: Muy necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Poco probable</p>

D

1

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON				
SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA DE LA PIEL, CUERO Y CALZADO				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	-	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	-
Creación de empresas	-	-	-	-

5.8. INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	5.242
- N° de empresas (1995)	846
- Total personas a capacitar	975

TOTAL ACCIONES CAPACITACION POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	224
- Mantenimiento y nuevas técnicas	. Area industrial y producción	393
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	132
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	121
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	28
- Nuevo empleo	. Emprendedores	77

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON

SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

CARACTERISTICAS GENERALES

ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Reestructuración muy necesaria.</p> <p>Empleo: Evolución negativa moderada.</p> <p>Tipología empresarial: 84,5% de pequeñas empresas, con el 63% del empleo.</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none">- Creación: Posible- Destrucción: Posible- Reciclaje: Muy necesario	<p>Cooperación empresarial: Muy necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Poco probable</p>

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON

SECTOR O SUBSECTOR: INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES DE MADERA

OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	-	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	-
Creación de empresas	-	-	-	-

5.9. SECTOR COMERCIO

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	39.167
- N° de empresas (1995)	19.737
- Total personas a capacitar	2.210

TOTAL ACCIONES CAPACITACION POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	953
- Mantenimiento y nuevas técnicas	. Area industrial y producción	30
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	553
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	308
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	40
- Nuevo empleo	. Emprendedores	326

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON		
SECTOR O SUBSECTOR: COMERCIO		
CARACTERISTICAS GENERALES		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Estable, con tendencia al crecimiento.</p> <p>Empleo: En crecimiento, aporta el mayor volumen sectorial (15%).</p> <p>Tipología empresarial: Predominio absoluto de los establecimientos con menos de 4 empleos (90%).</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación: Posible - Destrucción: Posible - Reciclaje: Necesario 	<p>Cooperación empresarial: Necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Posible</p>

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON

SECTOR O SUBSECTOR: COMERCIO

OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	-	-	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	SI
Creación de empresas	-	SI	SI	SI

5.10. SECTOR TURISTICO

Ficha de acciones formativas

- N° total de empleos (1995)	17.968
- N° de empresas (1995)	1.745
- Total personas a capacitar	1.016

TOTAL ACCIONES CAPACITACION POR AREAS:

<u>TIPO DE ACCION</u>	<u>AREA</u>	<u>N° ACCIONES</u>
- Mantenimiento	. Gestión empresarial	420
- Mantenimiento y nuevas técnicas	. Area industrial y producción	20
- Mantenimiento y nuevo empleo	. Area Comercial/Marketing	205
- Mantenimiento	. Administración/Finanzas	140
- Nuevo empleo	. Medio Ambiente	30
- Nuevo empleo	. Emprendedores	201

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON		
SECTOR O SUBSECTOR: TURISTICO		
CARACTERISTICAS GENERALES		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERSPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: En desarrollo y/o adaptación a la demanda.</p> <p>Empleo: Mayoritariamente al alza. Sólo la Hostelería aporta el 5,4% del empleo regional. Alto porcentaje de población no asalariada (40%).</p> <p>Tipología empresarial: Muy heterogénea dependiendo de las ramas de actividad.</p>	<p>Grandes empresas/PYMES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creación: Posible - Destrucción: Posible - Reciclaje: Necesario 	<p>Cooperación empresarial: Muy necesaria</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sí</p> <p>Creación de empresas: Posible</p>

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON**SECTOR O SUBSECTOR: TURISTICO**

OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGICA	GESTION EMPRESARIAL	PROFESIONALES LIBERALES
Cooperación	SI	-	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	-	SI	SI	-
Creación de empresas	SI	SI	SI	SI

**6.- RESUMEN NUMERICO DE ACCIONES DE FORMACION
PARA INDIVIDUOS DE NIVEL SUPERIOR**

6.- RESUMEN NUMERICO DE ACCIONES INDIVIDUALES DE FORMACION SOBRE INDIVIDUOS DE NIVEL MEDIO-SUPERIOR CLASIFICADAS POR AREAS Y SECTORES DE ACTIVIDAD

COMUNIDAD AUTONOMA DE ARAGON							
ESTIMACION DE NECESIDADES FORMATIVAS							
	<i>Gestión Empresarial</i>	<i>Industria y Producción</i>	<i>Comercial Marketing</i>	<i>Administración Finanzas</i>	<i>Medio Ambiente</i>	<i>Emprendedores</i>	TOTAL
<i>Industria Agroalim.</i>	330	725	141	160	75	150	1.581
<i>Construcción e Instal.</i>	320	139	129	102	56	130	876
<i>Industria química y transformados caucho</i>	310	458	131	180	60	135	1.274
<i>Productos metálicos</i>	695	739	224	296	105	416	2.475
<i>Electricidad y electrón.</i>	374	364	100	103	60	228	1.229
<i>Industria textil</i>	339	416	153	150	66	115	1.239
<i>Piel, cuero y calzado</i>	174	284	92	80	30	55	715
<i>Madera y muebles</i>	224	393	132	121	28	77	975
<i>Comercio</i>	953	30	553	308	40	326	2.210
<i>Turismo</i>	420	20	205	140	30	201	1.016
<i>Autoempleo y Desarrollo de Negocios</i>	100	-	-	-	-	-	100
TOTAL ACCIONES	4.239	3.568	1.860	1.640	550	1.833	13.690
% Desempleados	30%	60%	30%	70%	50%	100%	60%
% Empleados	70%	40%	70%	30%	50%	-	40%

7.- ANEXOS

7.1.- CUADROS DE DISTRIBUCION COMARCAL

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

*Distribución comarcal de las empresas
con 10 o más empleados*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	2	0,6
2. Sobrarbe	1	-
3. Ribagorza	5	1,4
4. Hoya de Huesca	21	5,7
5. Barbastro - Monzón	17	4,6
6. La Litera	8	2,2
7. Monegros	1	-
8. Bajo Cinca	14	3,8
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	4	1,1
10. Cuencas Mineras	3	0,8
11. Bajo Aragón - Matarraña	12	3,3
12. Albarracín	2	0,6
13. Teruel	20	5,4
14. Mora - Gúdar	2	0,6
15. Maestrazgo	-	-
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	-	-
17. Bárdenas - Cinco Villas	9	2,4
18. Moncayo - Campo de Borja	14	3,8
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	164	44,2
20. Jalón Medio - La Almunia	10	2,7
21. Calatayud	29	7,8
22. Daroca - Romanos - Used	4	1,1
23. Campo de Cariñena	17	4,6
24. Tierra de Belchite	-	-
25. Bajo Aragón - Caspe	12	3,3
TOTAL	371	100

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

2. CONSTRUCCION E INSTALACION

*Distribución comarcal de las empresas
con 10 o más empleados*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	3	2,8
2. Sobrarbe	-	-
3. Ribagorza	-	-
4. Hoya de Huesca	6	5,5
5. Barbastro - Monzón	10	9,2
6. La Litera	2	1,8
7. Monegros	2	1,8
8. Bajo Cinca	7	6,4
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	2	1,8
10. Cuencas Míneras	-	-
11. Bajo Aragón - Matarraña	18	16,5
12. Albarracín	-	-
13. Teruel	8	7,4
14. Mora - Gúdar	-	-
15. Maestrazgo	-	-
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	-	-
17. Bárdenas - Cinco Villas	9	8,3
18. Moncayo - Campo de Borja	2	1,8
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	33	30,3
20. Jalón Medio - La Almunia	2	1,8
21. Calatayud	3	2,8
22. Daroca - Romanos - Used	-	-
23. Campo de Cariñena	1	0,9
24. Tierra de Belchite	-	-
25. Bajo Aragón - Caspe	1	0,9
TOTAL	109	100

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

3. INDUSTRIA QUIMICA

*Distribución comarcal de las empresas
con 10 o más empleados*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	3	2,1
2. Sobrarbe	-	-
3. Ribagorza	-	-
4. Hoya de Huesca	3	2,1
5. Barbastro - Monzón	11	7,6
6. La Litera	2	1,4
7. Monegros	-	-
8. Bajo Cinca	2	1,4
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	-	-
10. Cuencas Mineras	2	1,1
11. Bajo Aragón - Matarraña	4	2,7
12. Albarracín	-	-
13. Teruel	2	1,4
14. Mora - Gúdar	-	-
15. Maestrazgo	-	-
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	-	-
17. Bárdenas - Cinco Villas	3	2,1
18. Moncayo - Campo de Borja	-	-
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	107	74,3
20. Jalón Medio - La Almunia	1	0,7
21. Calatayud	1	0,7
22. Daroca - Romanos - Used	-	-
23. Campo de Cariñena	-	-
24. Tierra de Belchite	-	-
25. Bajo Aragón - Caspe	3	2,1
TOTAL	144	100

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

4. PRODUCTOS METALICOS

*Distribución comarcal de las empresas
con 10 o más empleados*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUÉSCA		
1. Jacetania	8	1,9
2. Sobrarbe	-	-
3. Ribagorza	-	-
4. Hoya de Huesca	26	6,3
5. Barbastro - Monzón	16	3,9
6. La Litera	9	2,2
7. Monegros	-	-
8. Bajo Cinca	2	0,5
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	1	0,2
10. Cuencas Mineras	4	1,0
11. Bajo Aragón - Matarraña	3	0,7
12. Albarracín	-	-
13. Teruel	8	1,9
14. Mora - Gúdar	-	-
15. Maestrazgo	-	-
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	-	-
17. Bardenas - Cinco Villas	5	1,2
18. Moncayo - Campo de Borja	9	2,2
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	305	73,5
20. Jalón Medio - La Almunia	8	1,9
21. Calatayud	8	1,9
22. Daroca - Romanos - Used	-	-
23. Campo de Cariñena	-	-
24. Tierra de Belchite	-	-
25. Bajo Aragón - Caspe	3	0,7
TOTAL	415	100

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

5. ELECTRICIDAD Y ELECTRONICA

*Distribución comarcal de las empresas
con 10 o más empleados*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	-	-
2. Sobrarbe	-	-
3. Ribagorza	-	-
4. Hoya de Huesca	3	4,1
5. Barbastro - Monzón	4	5,4
6. La Litera	-	-
7. Monegros	-	-
8. Bajo Cinca	-	-
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	1	1,4
10. Cuencas Mineras	-	-
11. Bajo Aragón - Matarraña	-	-
12. Albarracín	-	-
13. Teruel	-	-
14. Mora - Gúdar	-	-
15. Maestrazgo	-	-
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	1	1,4
17. Bárdenas - Cinco Villas	1	1,4
18. Moncayo - Campo de Borja	4	5,4
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	56	75,4
20. Jalón Medio - La Almunia	1	1,4
21. Calatayud	2	2,7
22. Daroca - Romanos - Used	-	-
23. Campo de Cariñena	-	-
24. Tierra de Belchite	1	1,4
25. Bajo Aragón - Caspe	-	-
TOTAL	74	100

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

6. INDUSTRIA TEXTIL

*Distribución comarcal de las empresas
con 10 o más empleados*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	-	-
2. Sobrarbe	-	-
3. Ribagorza	2	0,8
4. Hoya de Huesca	3	1,1
5. Barbastro - Monzón	6	2,3
6. La Litera	10	3,8
7. Monegros	3	1,1
8. Bajo Cinca	8	3,1
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	2	0,8
10. Cuencas Mineras	4	1,5
11. Bajo Aragón - Matarraña	20	7,7
12. Albarracín	-	-
13. Teruel	4	1,5
14. Mora - Gúdar	5	1,9
15. Maestrazgo	-	-
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	-	-
17. Bárdenas - Cinco Villas	2	0,8
18. Moncayo - Campo de Borja	20	7,7
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	137	52,5
20. Jalón Medio - La Almunia	5	1,9
21. Calatayud	7	2,7
22. Daroca - Romanos - Used	-	-
23. Campo de Cariñena	-	-
24. Tierra de Belchite	1	0,4
25. Bajo Aragón - Caspe	22	8,4
TOTAL	261	100

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

7. PIEL, CUERO Y CALZADO

*Distribución comarcal de las empresas
con 10 o más empleados*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	-	-
2. Sobrarbe	-	-
3. Ribagorza	-	-
4. Hoya de Huesca	1	0,7
5. Barbastro - Monzón	1	0,7
6. La Litera	-	-
7. Monegros	-	-
8. Bajo Cinca	1	0,7
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	-	-
10. Cuencas Mineras	-	-
11. Bajo Aragón - Matarraña	-	-
12. Albarracín	-	-
13. Teruel	-	-
14. Mora - Gúdar	-	-
15. Maestrazgo	-	-
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	-	-
17. Bárdenas - Cinco Villas	1	0,7
18. Moncayo - Campo de Borja	2	1,4
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	42	28,7
20. Jalón Medio - La Almunia	93	63,7
21. Calatayud	3	2,0
22. Daroca - Romanos - Used	-	-
23. Campo de Cariñena	1	0,7
24. Tierra de Belchite	-	-
25. Bajo Aragón - Caspe	1	0,7
TOTAL	146	100

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

8. MADERA Y MUEBLES

*Distribución comarcal de las empresas
con 10 o más empleados*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	5	3,8
2. Sobrarbe	-	-
3. Ribagorza	-	-
4. Hoya de Huesca	1	0,8
5. Barbastro - Monzón	5	3,8
6. La Litera	2	1,5
7. Monegros	-	-
8. Bajo Cinca	1	0,8
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	1	0,8
10. Cuencas Mineras	1	0,8
11. Bajo Aragón - Matarraña	5	3,8
12. Albarracín	5	3,8
13. Teruel	10	7,4
14. Mora - Gúdar	3	2,3
15. Maestrazgo	2	1,5
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	-	-
17. Bárdenas - Cinco Villas	1	0,8
18. Moncayo - Campo de Borja	2	1,5
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	80	60,5
20. Jalón Medio - La Almunia	3	2,3
21. Calatayud	5	3,8
22. Daroca - Romanos - Used	-	-
23. Campo de Cariñena	-	-
24. Tierra de Belchite	-	-
25. Bajo Aragón - Caspe	-	-
TOTAL	132	100

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

9. COMERIO

Distribución comarcal de los establecimientos detallistas

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	679	3,4
2. Sobrarbe	123	0,6
3. Ribagorza	262	1,3
4. Hoya de Huesca	1.046	5,3
5. Barbastro - Monzón	863	4,3
6. La Litera	428	2,2
7. Monegros	210	1,1
8. Bajo Cinca	435	2,2
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	196	1,0
10. Cuencas Mineras	371	1,9
11. Bajo Aragón - Matarraña	248	1,3
12. Albarracín	-	(1)
13. Teruel	1.038	5,3
14. Mora - Gúdar	-	(1)
15. Maestrazgo	-	(1)
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	-	(2)
17. Bardenas - Cinco Villas	655	3,3
18. Moncayo - Campo de Borja	520	2,6
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	10.034	50,9
20. Jalón Medio - La Almunia	315	1,6
21. Calatayud	888	4,5
22. Daroca - Romanos - Used	81	0,4
23. Campo de Cariñena	201	1,0
24. Tierra de Belchite	940	0,5
25. Bajo Aragón - Caspe	1.050	5,3
TOTAL	19.737	100

(1) Agrupados con Teruel

(2) Agrupados con Bardenas - Cinco Villas

7.1. DISTRIBUCION COMARCAL

10. TURISMO

*Distribución comarcal de los
alojamientos hoteleros
(hoteles y hostales)*

	Nº DE EMPRESAS	%
PROVINCIA DE HUESCA		
1. Jacetania	85	20,2
2. Sobrarbe	40	9,5
3. Ribagorza	38	9,0
4. Hoya de Huesca	22	5,2
5. Barbastro - Monzón	15	3,6
6. La Litera	3	0,7
7. Monegros	2	0,5
8. Bajo Cinca	6	1,4
PROVINCIA DE TERUEL		
9. Calamocha	8	1,9
10. Cuencas Mineras	4	1,0
11. Bajo Aragón - Matarraña	17	4,0
12. Albarracín	14	3,3
13. Teruel	21	5,0
14. Mora - Gúdar	11	2,6
15. Maestrazgo	3	0,7
PROVINCIA DE ZARAGOZA		
16. Prepirineo	2	0,5
17. Bardenas - Cinco Villas	4	1,0
18. Moncayo - Campo de Borja	5	1,2
19. Ribera del Ebro - Zaragoza	83	19,8
20. Jalón Medio - La Almunia	7	1,7
21. Calatayud	22	5,2
22. Daroca - Romanos - Used	2	0,5
23. Campo de Cariñena	2	0,5
24. Tierra de Belchite	-	-
25. Bajo Aragón - Caspe	4	1,0
TOTAL	321	100

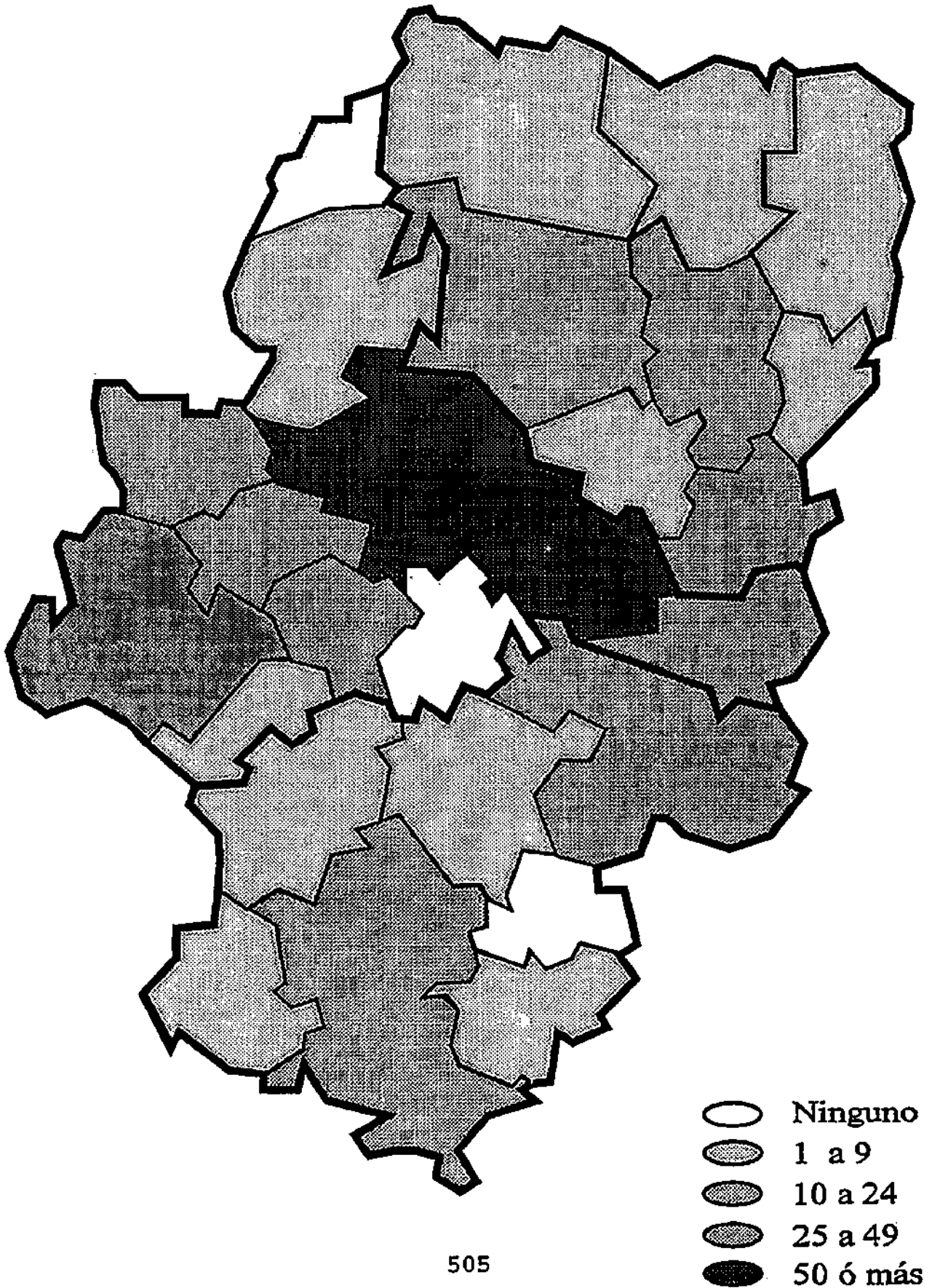
7.2.- MAPAS DE DISTRIBUCION COMARCAL

DIVISION COMARCAL DE ARAGON



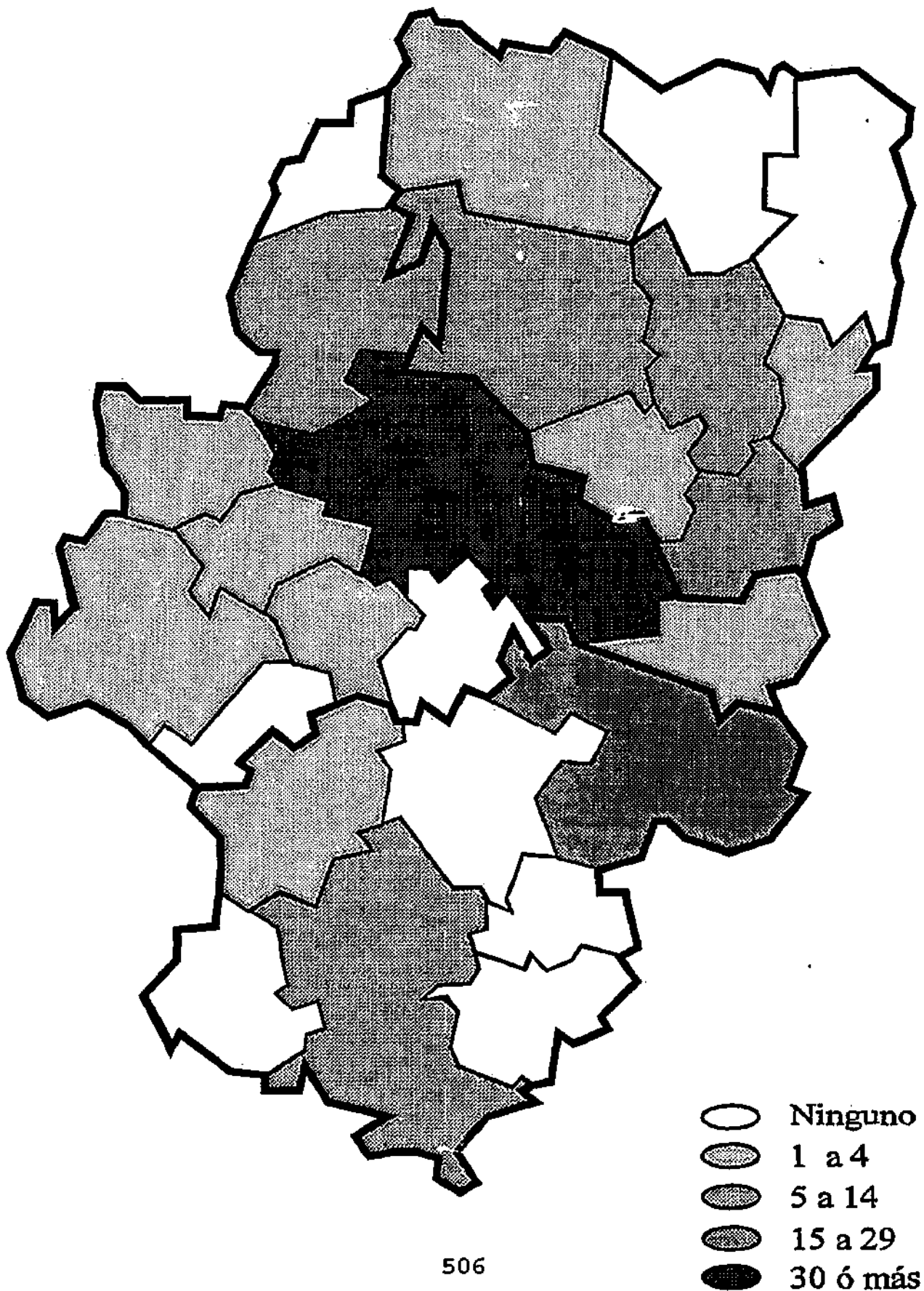
INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Distribución comarcal de las empresas
con 10 ó más empleados
(371 empresas en Aragón)

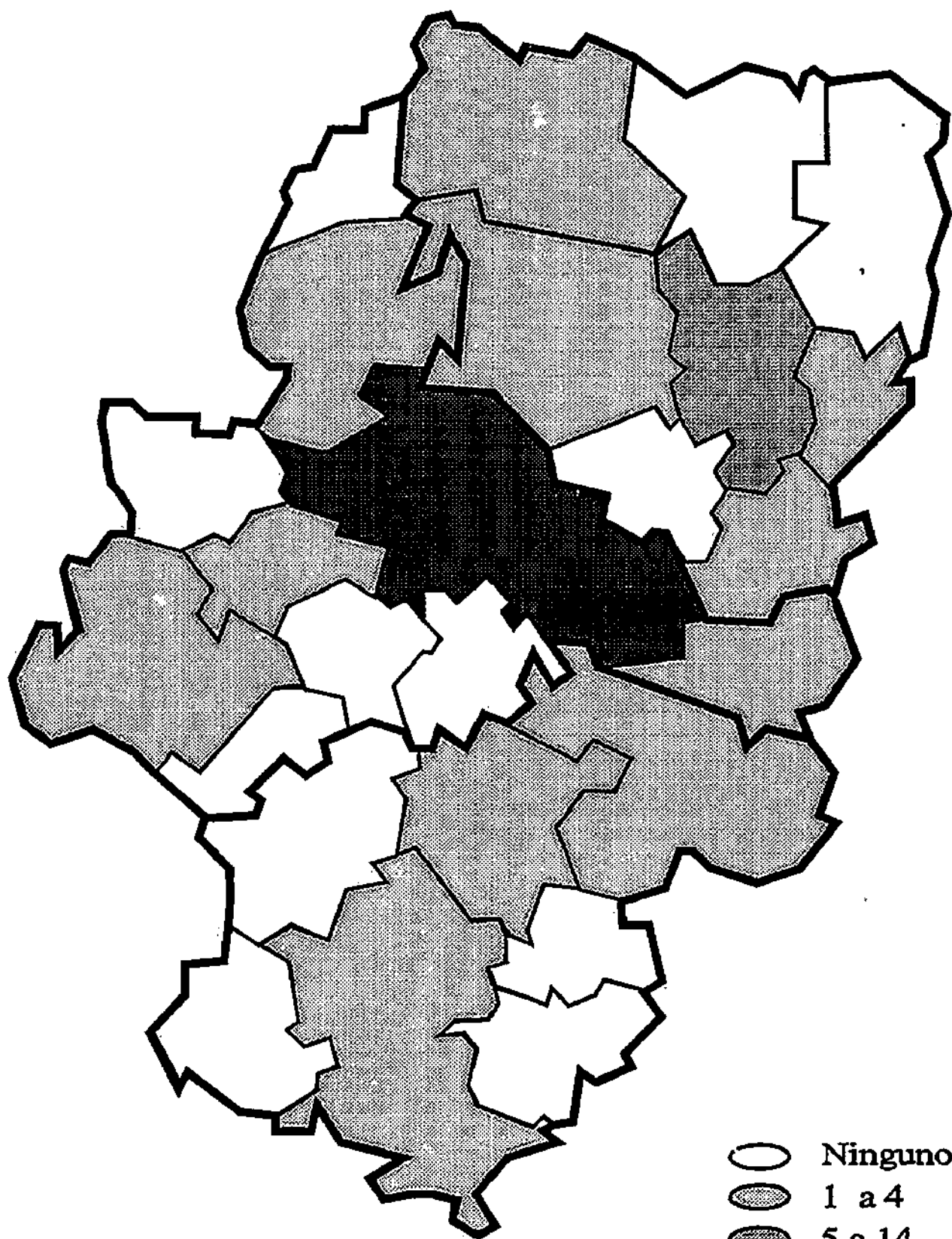


CONSTRUCCIÓN E INSTALACIÓN

Distribución comarcal de las empresas
con 10 ó más empleados
(109 empresas en Aragón)

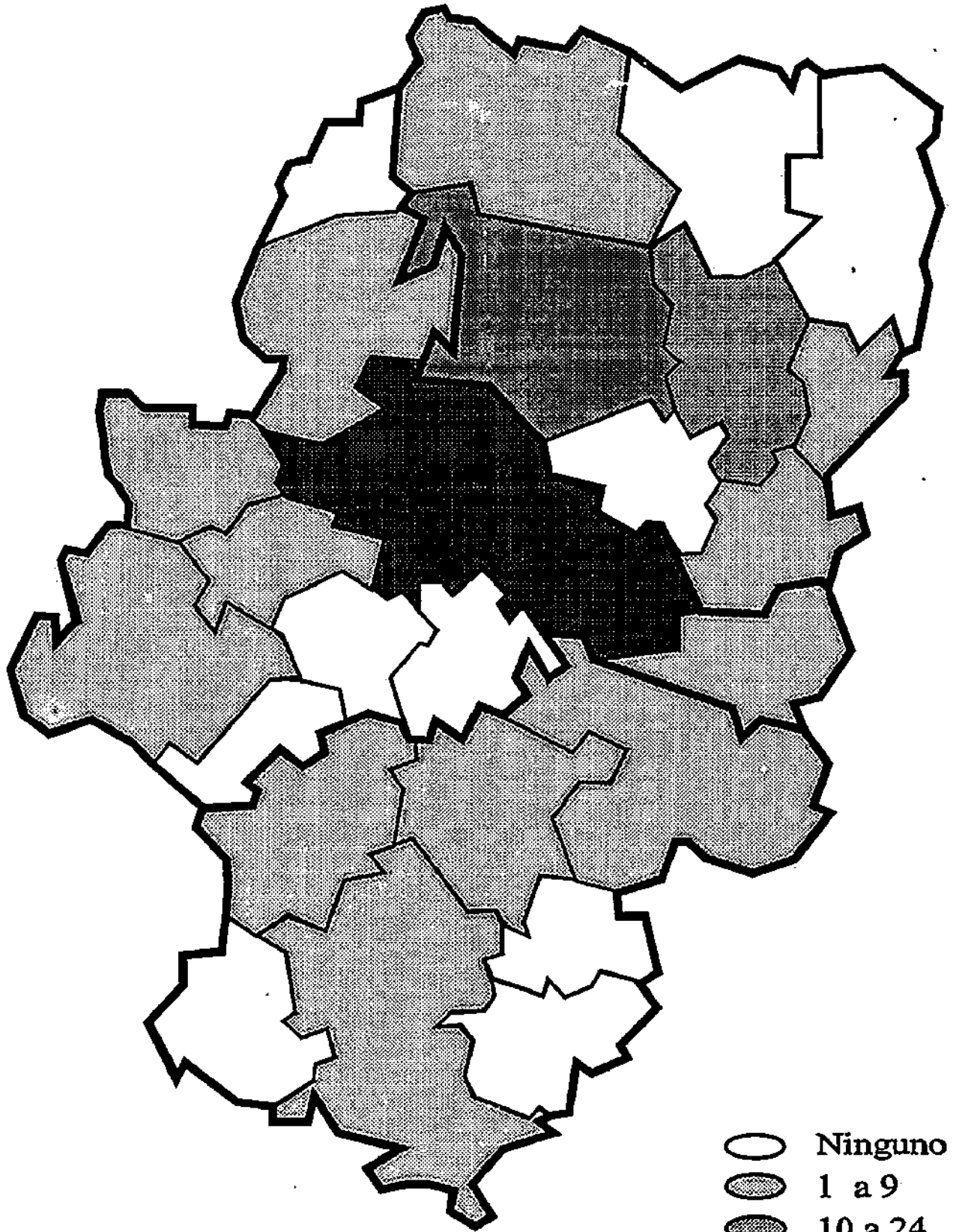


Distribución comarcal de las empresas
con 10 ó más empleados
(144 empresas en Aragón)



PRODUCTOS METÁLICOS

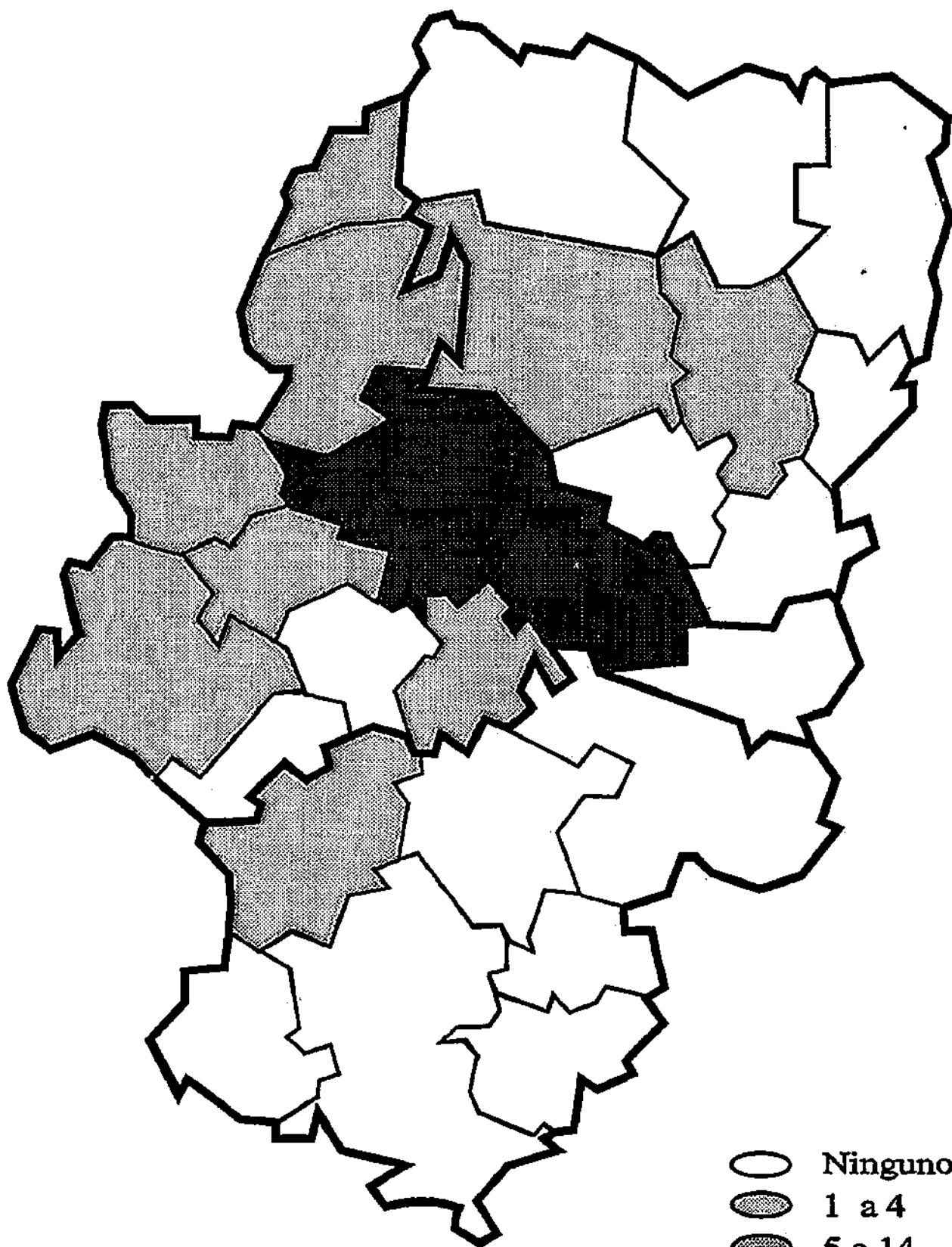
Distribución comarcal de las empresas
con 10 ó más empleados
(415 empresas en Aragón)



- Ninguno
- ◐ 1 a 9
- ◑ 10 a 24
- ◒ 25 a 49
- ◓ 50 ó más

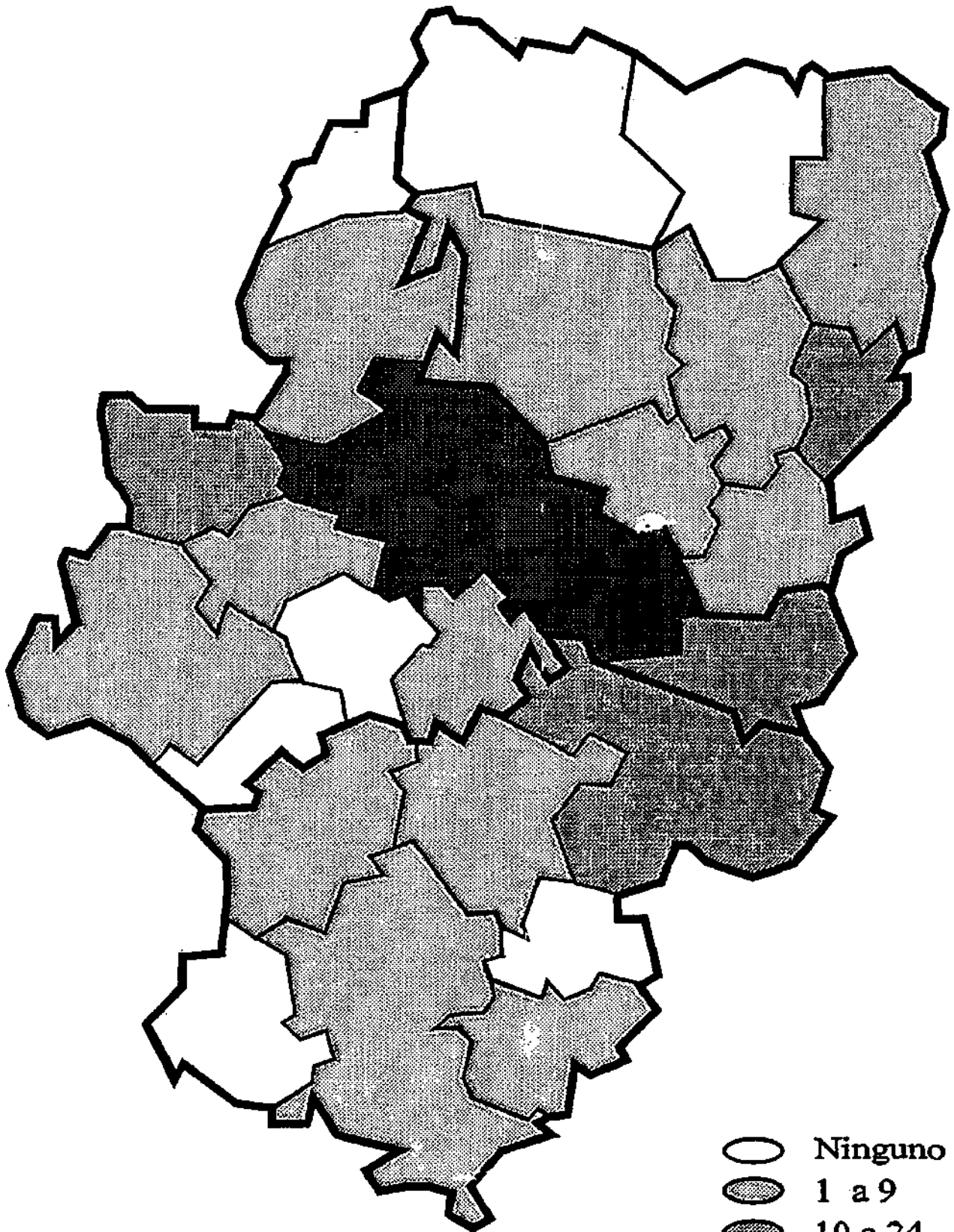
MAQUINARIA Y MATERIAL ELÉCTRICO Y ELECTRÓNICO

Distribución comarcal de las empresas
con 10 ó más empleados
(74 empresas en Aragón)



INDUSTRIA TEXTIL

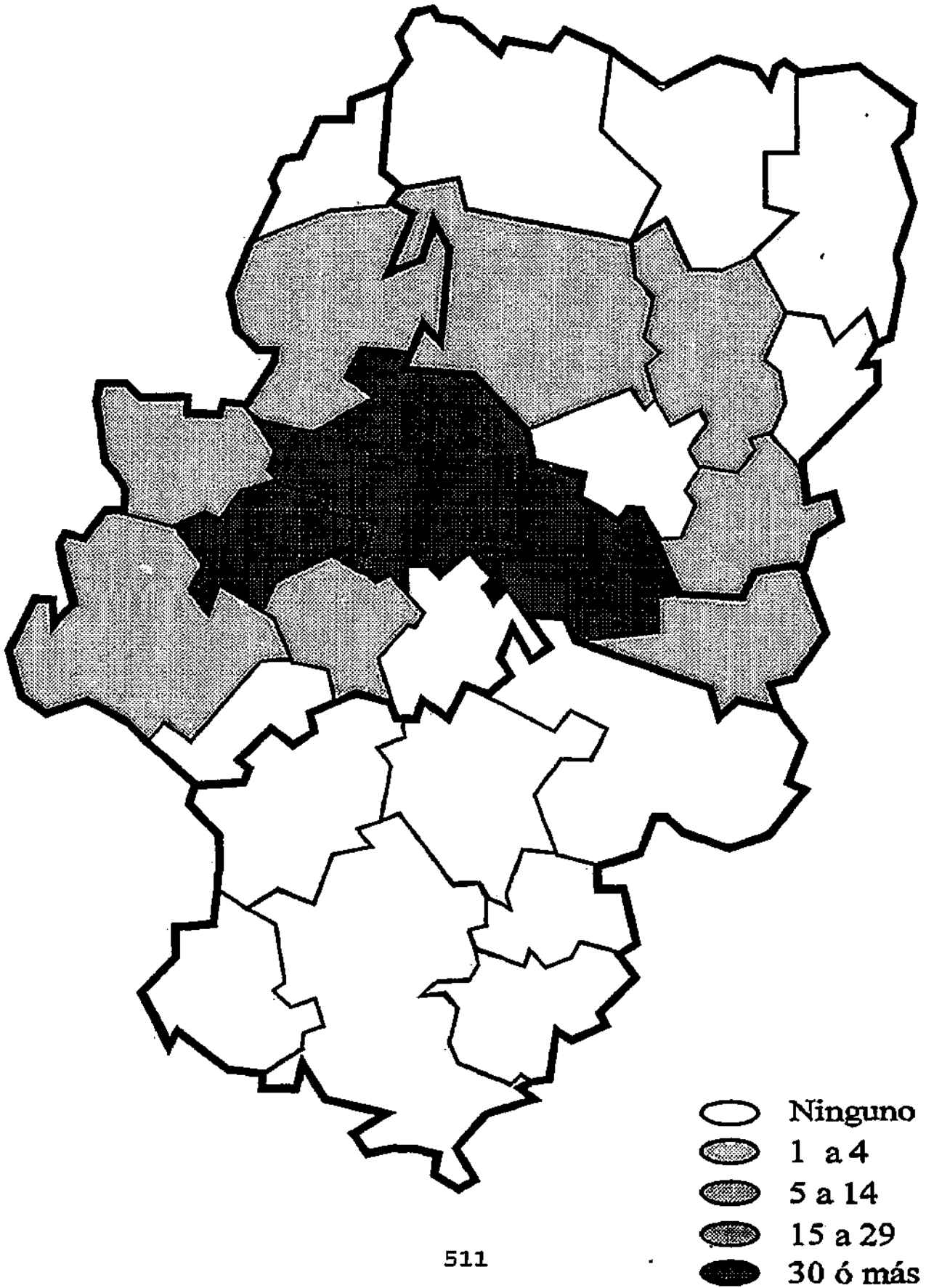
Distribución comarcal de las empresas
con 10 ó más empleados
(261 empresas en Aragón)



- Ninguno
- ◐ 1 a 9
- ◑ 10 a 24
- ◒ 25 a 49
- 50 ó más

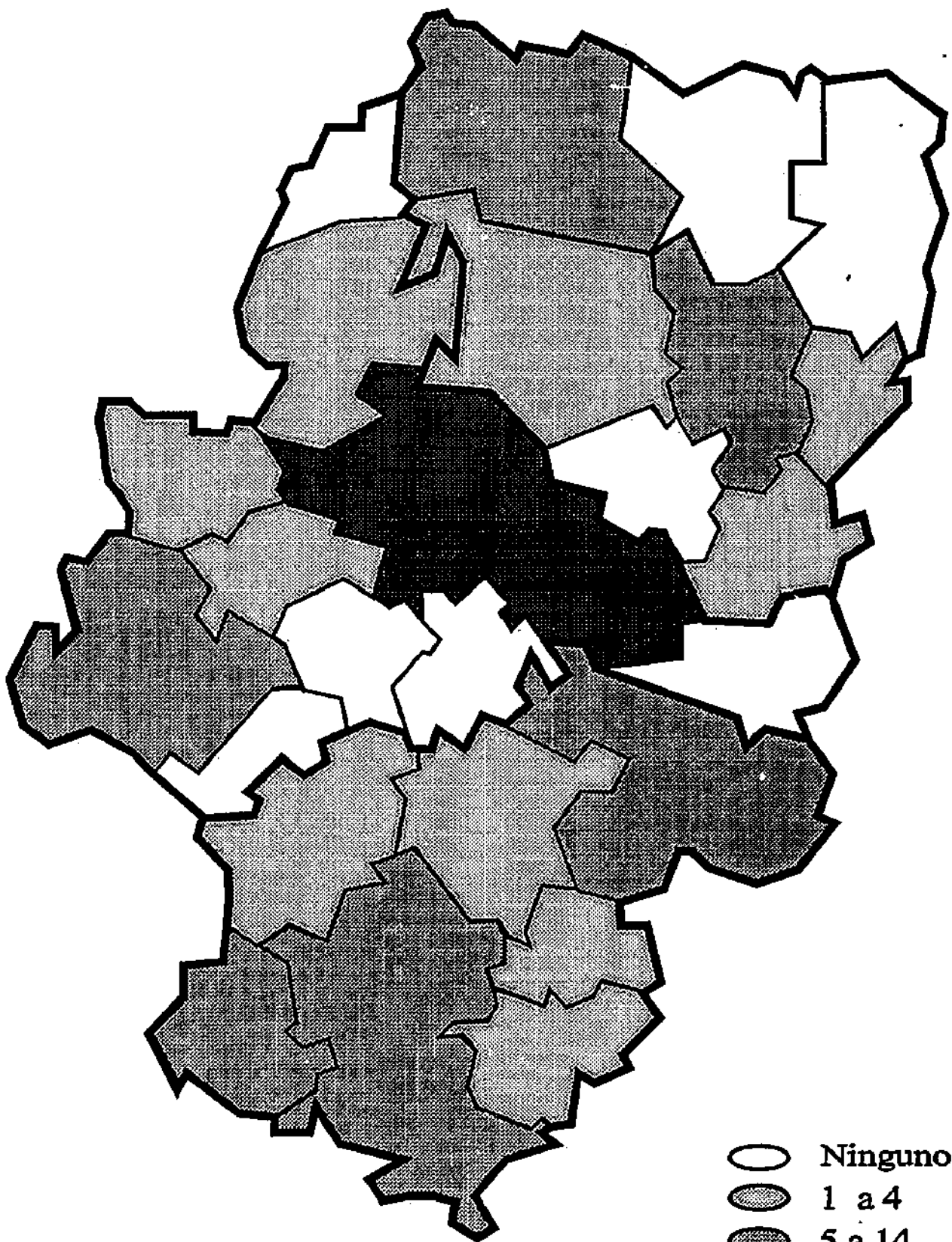
INDUSTRIA DE LA PIEL, CUERO Y CALZADO

Distribución comarcal de las empresas
con 10 ó más empleados
(146 empresas en Aragón)



INDUSTRIA DE LA MADERA, CORCHO Y MUEBLES

Distribución comarcal de las empresas
con 10 ó más empleados
(132 empresas en Aragón)



- Ninguno
- ◐ 1 a 4
- ◑ 5 a 14
- ◒ 15 a 29
- ◓ 30 ó más

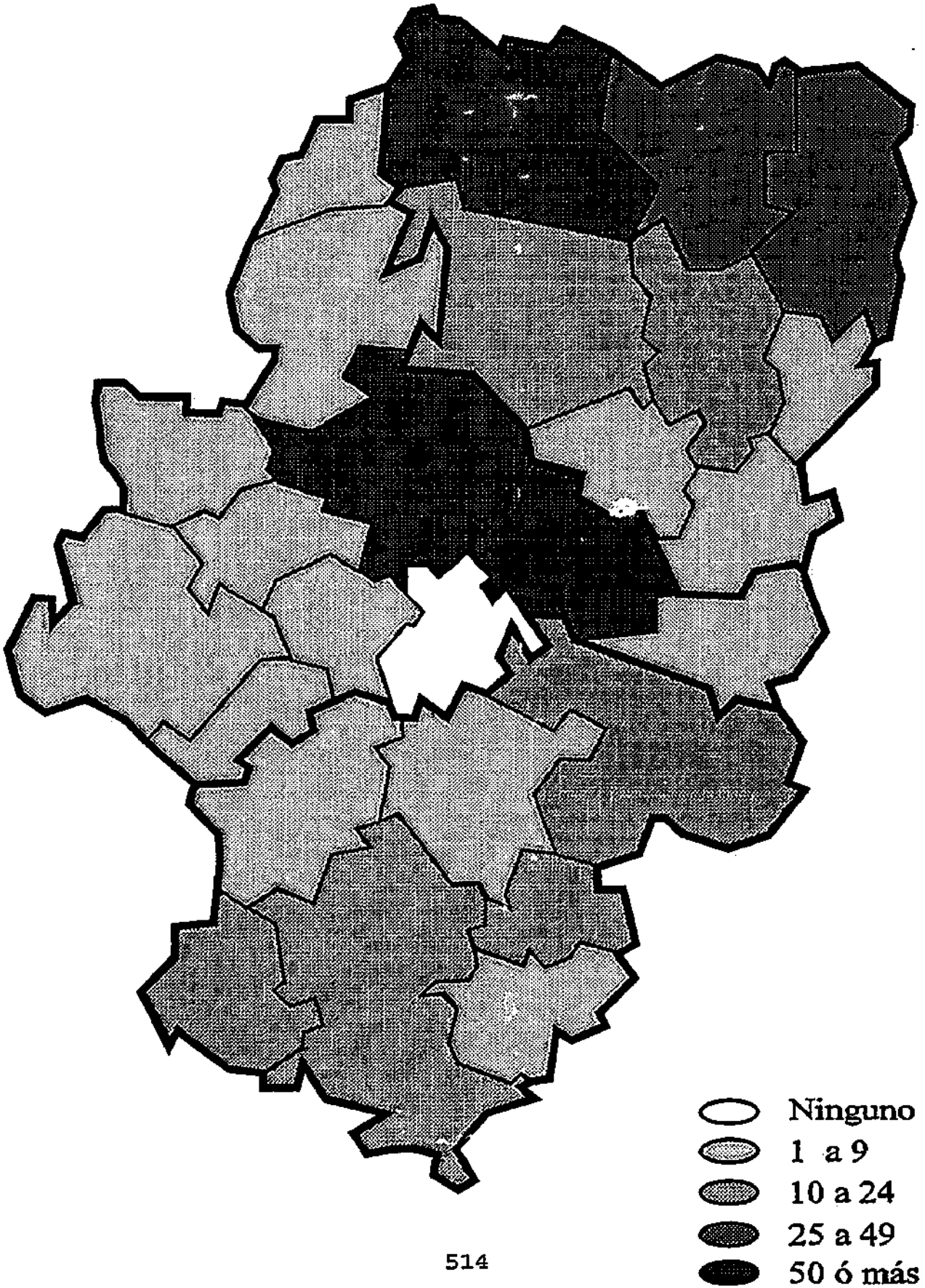
COMERCIO

Distribución comarcal de los establecimientos minoristas
(19.737 establecimientos en Aragón)



TURISMO

Distribución comarcal de los establecimientos
hoteleros (hoteles y hostales)
(321 establecimientos en Aragón)



7.3. BIBLIOGRAFIA

Las principales fuentes estadísticas y bibliográficas utilizadas para la elaboración de este informe son las siguientes:

. BONO RIOS, Fco., et alii (1993): **Renta de Aragón 1993**, Fundación Nueva Empresa, Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, Dto. de Economía e Industria.

. CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA (1994): **Análisis y comentario de los principales indicadores económicos de Aragón (Revista)**. Enero-mayo.

. CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA (1994): **Coyuntura industrial con base en opiniones empresariales**. 2º semestre 1994.

. CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA (1995): **Censo de Empresas de Zaragoza, 1995**.

. CASARES, J. (et alii) (1987): **La economía de la distribución comercial**, Ariel Economía.

. CEEI/Aragón (1993): **La pequeña y mediana industria de Aragón y el perfil de sus empresarios**.

. CEPYME ARAGON (1993): **Proyecto Neo-form**. Volumen I (Análisis sobre F.P, O.P.), Volumen II (Fomento de empleo en 6 países de la U.E.) y anexos.

. CESA (Consejo Económico y Social de Aragón) (1994): **Situación económica y social de Aragón en 1993**. Informe anual del Consejo Económico y Social de Aragón. Informe anual.

. CONSEJO DE CAMARAS DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ARAGON/CAI (1994): **Informe económico de Aragón, Ejercicio 1993**.

. CONSEJO SUPERIOR DE CAMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACION DE ESPAÑA (1995): **Informe Anual Económico, 1994**.

. COOPERS & LYBRAND (1995): **Libro Blanco de las Estrategias del Comercio Español (1994)**. IDELCO (Instituto de Estudios del Libre Comercio).

. C.R.E.A. (Confederación Regional de Empresarios de Aragón) (1994): **Adecuación del sistema educativo a las necesidades del desarrollo regional**. Volumen III: Problemas, análisis y planes de actuación.

. C.R.E.A., Gabinete de Estudios: **Informe de coyuntura. Marzo 1995**.

. C.R.E.A., Gabinete de Estudios: **Informe de coyuntura. Abril 1995**.

. C.R.E.A. (1995): **Efectos socioeconómicos de la autovía Jaca-Pamplona**. 1995.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON (1987): **Estudio del sector industrial del calzado en Aragón**, Dto. de Industria, Comercio y Turismo.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON (1992): **Memoria del Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón**, Dto. de Industria, Comercio y Turismo, Dirección General de Comercio.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON/CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE ZARAGOZA (1993): **Estudio de hábitos de compra y consumo de Aragón**.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON (1994): **Informe sobre medidas de lucha contra el paro para la creación de empleo**. Consejo Económico y Social de Aragón. Sesión plenaria de 21.04.94.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON (1995): **Informe sobre la formación profesional y ocupacional en Aragón**. Consejo Económico y Social de Aragón. Sesión plenaria del 20.01.94.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON (1995): **Guía de Servicios Turísticos de Aragón 1995**. Departamento de Industria, Comercio y Turismo.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON (1991): **La Economía del Turismo en Aragón 1989**. Departamento de Estructura Económica y Economía Pública de la Universidad de Zaragoza.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON (1994): **III Congreso de Economía Aragonesa**. Departamento de Economía y Hacienda y Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Zaragoza.

. DIPUTACION GENERAL DE ARAGON, SERVICIO DE PROMOCION INDUSTRIAL (1995): **Registro de Establecimientos Industriales, mayo 1995.**

. FFIES (1994): **Economía y Hacienda de las Comunidades autónomas.** Papeles de Economía Española, nº 59.

. FFIES (1992): **El crecimiento del PIB por Comunidades Autónomas.** Papeles de Economía Española nº 60. Marzo 1992.

. FFIES (1991): **Economía de las Comunidades Autónomas: Aragón.** Papeles de Economía Española nº 10.

. FFIES (1992): **Aragón: los límites de la euforia.** Papeles de economía Española, nº 51, 1992.

. FFIES (1993): **Comunidades Autónomas: Situación Económica actual.** Papeles de Economía Española nº 55. 1993.

. IBERCAJA, DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS (1995): **Avance de las Tablas I-O de Aragón (1.992) para la elaboración del Plan Estratégico de Zaragoza.**

. IMPI (1993): **Directorio Industrial de Aragón.**

. IMPI: **Aragón: Iniciativa PYME de desarrollo Industrial 1994-99.**

- . INSTITUTO ARAGONES DE ESTADISTICA (1994): **Información estadística de Aragón: Censo de Población 1991**. Departamento de Economía y Hacienda. 1994.
- . INSTITUTO ARAGONES DE ESTADISTICA (1995): **Encuesta de Población Activa (Comunidades Autónomas), I Trim. a IV Trim. 1994**.
- . INSTITUTO ARAGONES DE ESTADISTICA (1995): **Paro Registrado (provincias) Enero a Diciembre 1994**.
- . INSTITUTO ARAGONES DE ESTADISTICA (1995): **Indices de Precios al Consumo, Base 1992, (Comunidades Autónomas) Enero a Diciembre 1994**.
- . INSTITUTO ARAGONES DE ESTADISTICA (1995): **Boletín Trimestral nº 4, primer trimestre 1995**.
- . INSTITUTO ARAGONES DE FOMENTO (1993): **Análisis Económico y Financiero de las empresas industriales aragonesas, 1989-1990**.
- . INSTITUTO ARAGONES DE FOMENTO (1995): **Análisis Económico y Financiero de las empresas industriales aragonesas, 1991-1992 (diskette)**.
- . INSTITUTO DE ESTUDIOS TURISTICOS (1995): **Anuario de Estadísticas de Turismo de España 1993**.
- . INEM (1994): **Jornadas técnicas para el análisis de las tendencias del mercado de trabajo**.

. **IVIE (INSTITUTO VALENCIANO DE INVESTIGACIONES ECONOMICAS) (1995): Capital humano, educación y empleo.**

. **KOMPASS: Directorio de empresas 1994.**

. **MENE MARCEN, Enrique (1994): Objetivos e Instrumentos de la Política regional: la aplicación de la política de incentivos en la Comunidad Aragonesa. Diputación General de Aragón, Departamento de Presidencia y Relaciones Institucionales.**

. **MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO (199): Atlas Comercial de España.**

. **MINER (1991): Registro de establecimientos Industriales de las provincias aragonesas, 1990.**

. **NAVARRO ELOLA, Luis (et al.) (1995): Las Pymes aragonesas en le Unión Europea. Diputación General de Aragón. Departamento de Economía y Hacienda.**

. **UGT (1995): Diagnóstico integral de la situación actual de la formación y perspectivas de la generación de empleo en el ámbito de la economía social en la Comunidad Autónoma de Aragón, Secretaría de Economía Social y Empleo.**

