

PROGRAMA FSE - EOI

**NECESIDADES SECTORIALES DE
FORMACION PARA LA CREACION
DE EMPLEO EN LA
COMUNIDAD AUTONOMA DE
CASTILLA-LA MANCHA**

COMUNIDADES AUTONOMAS

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

1995

CASTILLA LA MANCHA: NECESIDADES SECTORIALES EN EL CAMPO DE FORMACION

1.	DESCRIPCION DEL PROYECTO INTRODUCCION	
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.	25
3.	ESTUDIO POR SECTORES.	
3.1.	Agroalimentario	27
3.2	Material de construcción/Cerámica y Vidrio	56
3.3.	Construcción inmuebles-instalaciones-montaje	78
3.4.	Textil	96
3.5.	Cuero y Calzado	115
3.6.	Mobiliario y Madera	130
3.7.	Metalurgia Siderometalurgia	150
3.8.	Químico	167
3.9.	Servicios, Hosteleria-Restauración	187
4.	AREAS DOCENTES.	
4.1.	Gestión Empresarial	191
4.2.	Gestión Tecnológica e Industrial	196
4.3.	Area Medio-Ambiente	201
4.4.	Emprendedores	205
5.	CUADRO DE ACCIONES FORMATIVAS POR SECTOR.	
5.1.	Agroalimentario	209
5.2.	Material de construcción/Cerámica y Vidrio	212
5.3.	Construcción inmuebles-instalaciones-montaje	215
5.4/5.	Textil, Cuero y Calzado	218
5.6.	Mobiliario y Madera	221
5.7.	Metalurgia Siderometalurgia	224
5.8.	Químico	227
5.9.	Servicios: Hosteleria-Restauración	230
6.	CONCLUSIONES	233
7.	ANEXOS	
	- Organismos consultados	236
	- Bibliografía	237

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Asistencias Técnicas para el Programa F.S.E. - E.O.I.: Etapa 1. Marco de actuación

1.1.1. Descripción del proyecto en curso. Antecedentes en la EOI

Los cursos de Formación de Emprendedores y Plan Estratégico para el Desarrollo de PYMES, han tenido como finalidad permitir a los participantes la transformación de una idea de creación de empresa en un proyecto viable, para los primeros, y la realización de un plan estratégico a medio y corto plazo, para los segundos, a través de la formación y el asesoramiento.

Los programas de Formación de Emprendedores iniciaron su trayectoria en el año 1.989, como resultado de la colaboración de la EOI con el Gobierno Navarro. Estos surgen como una experiencia pionera, con el objeto de potenciar la actividad empresarial navarra. En esta primera edición participaron 19 emprendedores. En vista de los buenos resultados que se obtuvieron, antes de finalizar el año se iniciaron dos nuevos cursos en esta misma Comunidad. Desde entonces, y hasta la actualidad, solamente en esta región, se han realizado 10 ediciones de este Programa. Pero el hecho fundamental es que estos buenos resultados suscitaron, desde su inicio, el interés de otras regiones y Organismos.

Los primeros Organismos interesados en estos Programas, fueron el Instituto de la Mujer y el Instituto Nacional de Empleo. Decidieron desarrollar, a través de la impartición de estos Programas, un plan de formación del empresariado por toda España, de manera que se fomentara la creación de empresas viables. De forma paralela, se desarrollaron también los cursos para el Desarrollo de PYMES.

- **ACCIONES REALIZADAS**

Las colaboraciones llevadas a cabo, con las Comunidades Autónomas y otras Instituciones han supuesto la realización de las siguientes acciones para formación de Emprendedores/as y Desarrollo de PYMES.

Formación de Emprendedores:

	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Número de Cursos</i>	56	
<i>Número de Asistentes</i>	1.355	
<i>Número de Proyectos Desarrollados</i>	989	72%
<i>Número de Empresas Creadas</i>	464	34%
<i>Comunidades Autónomas involucradas</i>	9	34%

Plan Estratégico para el Desarrollo de PYMES:

	<i>Total</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Número de Cursos</i>	7	
<i>Número de Asistentes</i>	155	
<i>Número de Proyectos Desarrollados</i>	124	80%
<i>Comunidades Autónomas involucradas</i>	5	

● ***EXPANSION FUTURA DE LA ACCION***

A la vista de los resultados obtenidos en la acción descrita, la EOI ha considerado el interés y la oportunidad de dar una nueva dimensión al proyecto de formación de PYMES bajo los siguientes lineamientos.

- *Formación orientada a la creación de nuevo empleo, empresas y, en los casos necesarios, a mantenimiento del empleo actual.*
- *Alcance nacional, afectando a todas las Comunidades Autónomas.*
- *Dimensión estratégica con un horizonte de seis años y una penetración significativa en el tejido económico.*
- *Diversificación de las acciones buscando distintos colectivos.*

A efectos de conseguir tales objetivos se ha procedido al diseño de un Plan de alcance, que se ha presentado al Fondo Social Europeo, con el que existen ya desde hace años proyectos en común. Este Plan ha sido aprobado dentro del marco Comunitario como uno de los planes operativos importantes.

- **RESUMEN DE ACCIONES 1994-1999.**

El conjunto de acciones para el periodo 1994-1999 contempla la realización de 536 cursos, con 12.865 participantes y 10.656 millones de pesetas de presupuestos, según el anexo adjunto.

Si extrapolamos indicativamente los resultados obtenidos en Madrid a esta acción global, podría pensarse en los siguientes órdenes de magnitud máximos para el conjunto de la acción:

<i>Total de participantes</i>	<i>12.200</i>
<i>Total Proyectos y Planes</i>	<i>8.895</i>
<i>Total empresas en marcha</i>	<i>1.722</i>
<i>Total creación de empleo directo</i>	<i>9.471</i>

El Plan presentado al Fondo Social Europeo contempla una importante aportación de éste, que, según se trate de Regiones Objetivo 1 ó 2, oscila entre el 45% y el 75%.

- **ACCIONES DE LA ESCUELA DE ORGANIZACION INDUSTRIAL VINCULADAS A LAS AYUDAS DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES PARA EL PERIODO 1994-1999**

1. ***Programa de Formación de Emprendedores (Creación de Empresas).***

Dirigido a personas cuentan con una clara vocación empresarial y tienen una idea o proyecto para la creación de una empresa. Se realiza un estudio de viabilidad de la idea o negocio a desarrollar. La metodología es específica y muy probada, siendo clave el apoyo individualizado a cada uno de los participantes.

2. ***Plan estratégico para el desarrollo de PYMES.***

Dirigido a empresarios y/o gerentes de PYMES en funcionamiento. El objetivo es realizar una revisión en profundidad de su empresa y establecer un plan estratégico que mejore su viabilidad.

Se cuenta con una serie de módulos que transmiten de forma práctica técnicas y enfoques en la gestión de empresa.

3. ***Nuevas tecnologías para la Gestión Empresarial.***

Dirigido a jóvenes recién Licenciados que se encuentran en situación de desempleo. El objetivo es formarlos en las nuevas técnicas para la gestión de empresa. Se combina la formación teórica en materias-clave con la práctica a través del desarrollo aplicado de tres proyectos (creación de Empresas, Estrategia, Marketing).

4. *Gestión de Ocio y Tiempo Libre.*

Dirigido a licenciados en carreras de letras interesados en el sector del ocio en línea de incorporación profesional en el sector o bien de creación de su propia empresa. El objetivo es formar a los participantes en técnicas innovadoras dentro del sector del ocio. Se combina la impartición de módulos teóricos con la realización de proyectos o planes de ocio alternativo contando con el apoyo individualizado de profesores-consultores.

5. *Preparación práctica de Agentes de Desarrollo.*

Se trata de crear, a nivel local, dinamizadores de la promoción de nuevas empresas que, además de potenciar su desarrollo, proporcionan a éstas un apoyo y seguimiento posterior permanente.

6. *Programas de Asistencia Técnica para Emprendedores, Pymes y Plan Medioambiental.*

Instrumento orientado a la potenciación de los demás programas de fomento de las iniciativas empresariales.

7. *Capacitación de emprendedores y pequeños empresarios medioambientales.*

Preparación práctica de especialistas de gestión medioambiental específicamente entrenados para promover, estructurar y hacer el

seguimiento de empresas desarrolladas en torno a nuevas oportunidades generadas por el medio ambiente (gestión de residuos, aprovechamiento de subproductos, envases ecológicos, logística de recuperación, cambio cultural medioambiental, etc.).

8. *Capacitación de emprendedores y pequeños empresarios en gestión de calidad total, innovación tecnológica y seguridad.*

Preparación práctica de especialistas específicamente entrenados para promover, estructurar y hacer el seguimiento de empresas desarrolladas en torno a nuevas oportunidades generadas por la calidad total (Benchmarking, mejora continua de procesos, integración cliente-proveedor, etc.).

9. *Programa de desarrollo de negocios para Directivos en paro.*

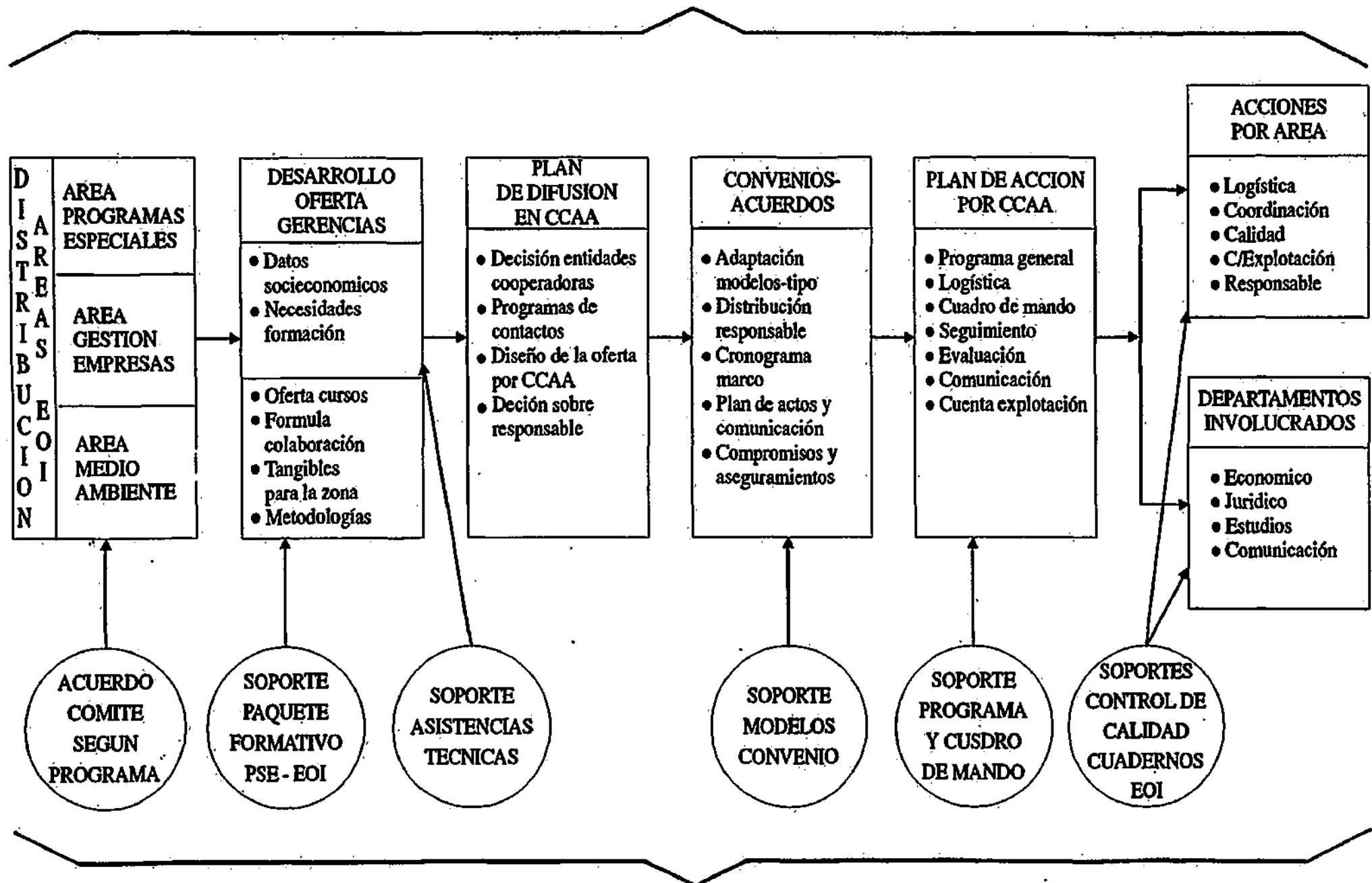
Dirigido a mayores de 45 años en situación de desempleo, con experiencia de más de 10 años como directivos medios o superiores, con potencial y madurez profesional. El objetivo de la acción es generar empleo en base al diseño y puesta en práctica del negocio de cada participante. El programa combina módulos de Desarrollo Personal, Concepción del Negocio, Desarrollo del Negocio y Formación Individual Tutorizada (Interna/Externa).

CUADRO RESUMEN DE ACCIONES 1994-1999

NOMBRE PROGRAMA	NUMERO DE CURSOS	NUMERO PARTICIPANTES	PRESUPUESTOS (MM)
Nuevas Tecnologías para la Gestión Empresarial	45	1.125	900
Formación de Emprendedores y Plan Estratégico de PYMES	210	4.200	3.360
Gestión del Ocio y Tiempo Libre	30	600	480
Asistencia Técnica, Emprendedores, PYMES, Gestión y Ocio	-	-	260
Agentes de Desarrollo	50	1.250	800
Asistencia Técnica, Medio Ambiente, Calidad	-	-	1.500
Emprendedores medioambientales	75	1.875	1.200
Emprendedores Calidad total	75	1.875	1.200
Programa Autoempleo para directivos en paro	51	1.940	1.836
TOTAL ACCIONES 1994-1999	536	12.200	11.536

1. **DIAGRAMA GENERAL DEL PROGRAM.**

PLAN GENERAL DE ACTUACION EOI-FSE



SOPORTE: SISTEMA DE INFORMACION

1.1.3. Descripción de las asistencias técnicas.

Dentro del Plan General de Actuación, las Asistencias Técnicas aportan la información precisa para conectar las necesidades de formación de cada Comunidad Autónoma, Sector de Actividad económica y Grupo Profesional con la Oferta ofrecida en el Proyecto F.S.E.-EOI.

Estas Asistencias Técnicas se realizan en dos etapas, una primera que analiza la situación global y la de los sectores más significativos por su potencial o riesgo en cada una de las Comunidades Autónomas, y una segunda que desarrolla intensivamente subzonas o subsectores de particular interés.

En el transcurso de la primera etapa, que comprende el año 1994 y la primera mitad de 1995 se llevan a cabo dos Informes de Situación por Comunidad Autónoma orientados a obtener los siguientes puntos básicos, esenciales para la confección del paquete formativo y para orientar el conjunto de la acción:

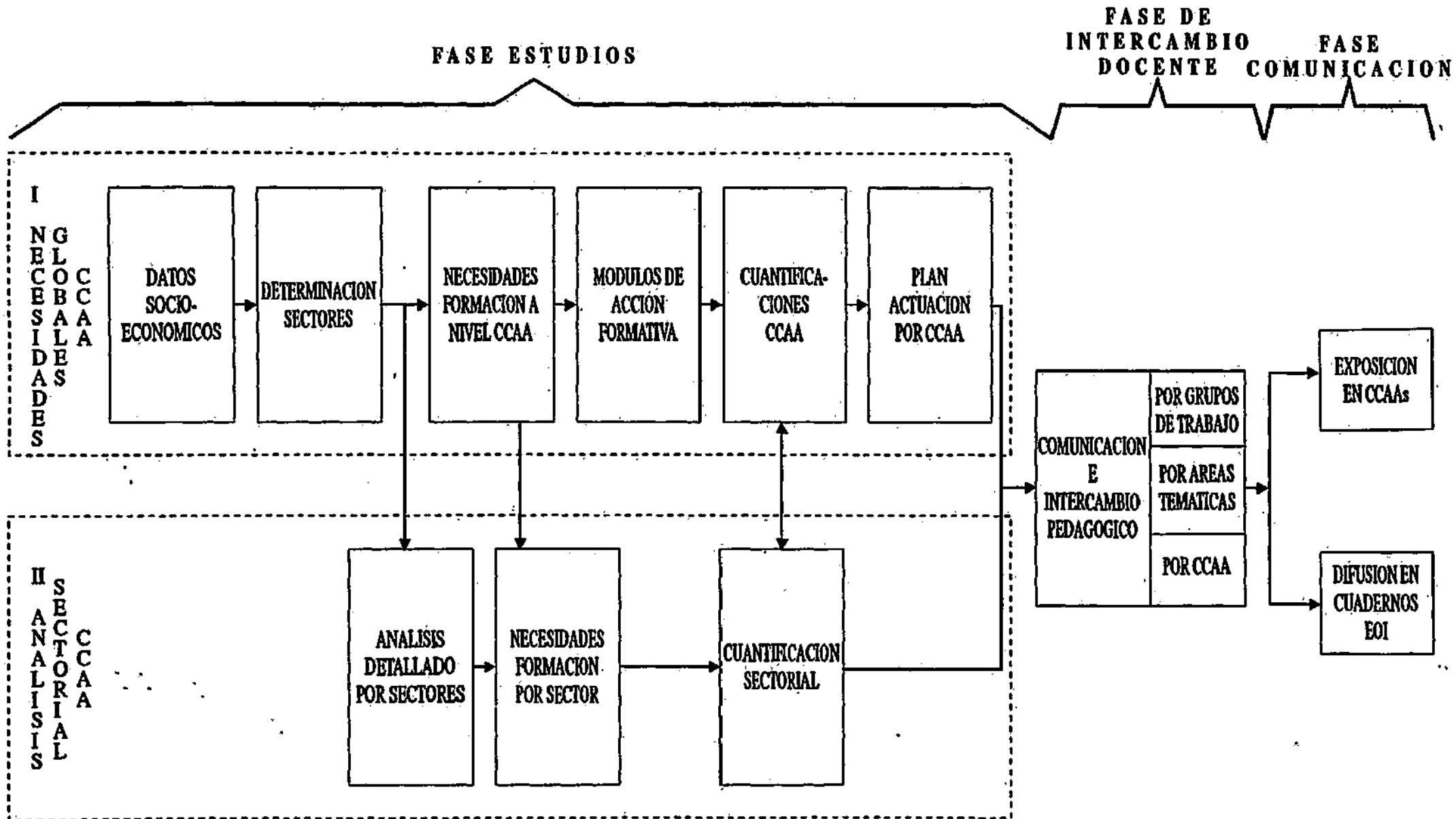
Informe I: Necesidades Globales.

Situación Socioeconómica General
Situación del Empleo
Necesidades de Formación
Módulos adecuados de Acción Formativa Plan de Acción

Informe II: Análisis Sectorial

Análisis detallado por sectores
Necesidades Sectoriales de Formación
Cuantificaciones

1.1.4. DIAGRAMA GENERAL DE LAS ASISTENCIAS TECNICAS



1.1.5. Estudios de base.

- **METODOLOGIA.**

OBJETIVO:

Obtención de datos básicos
Evaluación necesidades de formación
Desarrollo del Plan de Formación

FUENTES:

Recopilación de información secundaria
Entrevistas con expertos de la CC.AA.
Entrevistas con expertos sectoriales
Entrevistas telefónicas masivas a empresas
Reuniones con empresas
Consultas institucionales

TRATAMIENTO:

Evaluación necesidades de formación
Contraste necesidades formación con oferta formativa EOI
Diseño módulos de acción formativa
Desarrollo programa global

INVESTIGADOR-COORDINADOR:

Profesor EOI

• **DATOS SECUNDARIOS.**

FUENTES

Anuarios estadísticos del Gobierno Central

Contabilidad Regional

Datos Eurostat

Estudios sectoriales

Planes estratégicos del área

Planes de desarrollo regional

Planes de formación

Estimaciones de las asociaciones

Estimaciones de las empresas

Cámaras de Comercio

Cajas de Ahorro

AREAS DE ANALISIS

Datos físicos

Demografía

Enseñanza

Industria

Sector Primario

Servicios

Empresa

Pymes

Población Activa

Sectores con potencial

● **DATOS PRIMARIOS.**

SOPORTE:

Investigación de campo mediante las técnicas de telemarketing para recoger la opinión del tejido económico español sobre las necesidades de formación.

Número de entrevistas: entre 400 y 650 por CC.AA.

Sectores estudiados: entre 6 Y 8 por CC.AA.

MATERIA INVESTIGADA:

Perspectivas económicas

Perspectivas de empleo

Necesidades de formación percibidas

Areas de oportunidad

Areas de riesgo

Momentos de la acción formativa

1.1.6. Estudio de Necesidades Globales.

● **ANALISIS DE LAS NECESIDADES DE FORMACION.**

EN BASE A LAS RESPUESTAS DE EXPERTOS Y DE UNA MUESTRA DE CIENTOS DE EMPRESAS SE RECOPILA, LA SIGUIENTE INFORMACION:

- Situación socioeconómica
- Tendencia percibida de la economía regional
- Percepción del futuro del empleo
- Posibilidad de creación de empleos
- Previsión de cambio de plantilla
- Necesidad de más recursos y modo de cubrirla
- Momentos adecuados para la Formación
- Necesidades de formación en Producción, Administración, Dirección y Comercial

● **MODULOS DE ACCION FORMATIVA.**

CONTENIDO:

Definen las acciones FSE-EOI en función de áreas temáticas, destinatarios, objetivos y estructura de la acción.

EJEMPLO: FICHA DE ACCION FORMATIVA.

TITULO DEL PROGRAMA FORMATIVO
GESTION DE EMPRESAS - RECURSOS HUMANOS

DESTINATARIOS

Titulados Superiores con necesidad de reorientarse profesionalmente hacia nuevas áreas del conocimiento empresarial o a la creación de su propio negocio.

DURACION Y DISTRIBUCION

- 500 horas, de las cuales 150 son de Desarrollo de Proyectos.
- La duración aconsejable del curso es de 6 meses.

OBJETIVOS

Proporcionar al participante, independientemente de su formación universitaria previa, la formación teórica y práctica necesaria para poder actuar como profesionales de la gestión de empresa con una fuerte especialización en los aspectos de Recursos Humanos. Asimismo, al terminar el programa los participantes podrán actuar como asesores de empresa, especialmente PYMES, en el campo de Recursos Humanos de las empresas.

EVALUACION Y SEGUIMIENTO

Se establecerán sistemas de evaluación continua de los alumnos, con controles al final de cada módulo.

La elaboración del proyecto es condición indispensable para conseguir el diploma.

ESTRUCTURA DE LA ACCION

MODULO	N° HORAS
1. Asesoramiento y Autodiagnóstico	20
2. Capacidades Personales	40
3. Herramientas Microinformáticas	28
4. Contabilidad y Finanzas	40
5. Márketing y Comercial	-
6. Operaciones y Logística	-
7. Derecho Mercantil y Fiscal	24
8. Recursos Humanos y Derecho Laboral	150
9. Bussines Game	24
10. Política de Empresa	24
11. Desarrollo de Proyectos	150
12. Internacional	-

- ***CUANTIFICACIONES Y DIMENSIONAMIENTO DE LAS ACCIONES POR CC.AA.***

SE OBTIENE:

Cuadro general de Acciones Formativas

Total personas a capacitar

Total acciones de capacitación

Distribución por áreas de capacitación

Perfiles de personas a formar

Necesidades de formación

Niveles de penetración de las acciones

- ***PLAN DE ACTUACION POR CC.AA.***

EL PLAN ANUALIZADO INCLUYE:

Denominación de los programas

Número de cursos a realizar

Coste total

Distribución entre los cofinanciadores

1.1.7. Estudio de Necesidades Sectoriales.

● **ANÁLISIS DETALLADO POR SECTORES.**

POR SECTOR IDENTIFICADO:

Estadísticas Básicas

Análisis Evolutivo

Nivel de Acuerdos y Subcontrataciones

Estructura Empresarial

Tendencias Sector

Estructura del Empleo

Evolución del Empleo

Necesidad de Puestos de Trabajo

Previsión de Movimientos de Plantilla

Necesidad de más Recursos Humanos

Tiempos para Formación

Necesidad de Apoyos Formativos

Conclusiones Aplicadas a Formación

- **MODULOS DE FORMACION ADAPTADOS.**

CONTENIDO:

Los módulos de Acción Formativa Genéricos para la CC.AA. Se adaptan a las necesidades concretas del sector

DESARROLLO POR MODULOS:

Ficha Técnica

Conexión con objetivos por sector

Distribución geográfica de las acciones

Programa y calendario propuestos

Evaluación de la acción

• **CUANTIFICACION SECTORIAL.**

ELABORACION DE FICHAS SECTORIALES

De situación definiendo acciones

De formación de nivel medio-alto

CONTENIDO DE LAS FICHAS

Total personas a capacitar

Tipo de acción

Area

Estructura y tendencias

Perspectivas de empleo

Oportunidades detectadas

UTILIDADES DE LAS FICHAS

Suministra el material para el plan de actuación FSE-EOI por CC.AA.

Conecta con los planes globales de capacitación

Permite un seguimiento y control de los avances o nivel sectorial

1.1.8. Comunicación e intercambio pedagógico entre grupos de profesores y expertos.

CONTENIDO

La información obtenida en los informes de las diferentes Comunidades Autónomas es expuesta y debatida a fin de enriquecer y mejorar la calidad de la formación posterior

METODOLOGIA

Plan de reuniones cruzadas entre profesorado

GRUPOS INVOLUCRADOS

Profesores encargados de los estudios profesores de los grupos de trabajo

TEMAS DE ANALISIS POR CC.AA. Y GRUPO:

- Del informe Necesidades Globales: Datos Socioeconómicos; Determinación Sectores; Necesidades Formación; Módulos Formativos; Cuantificaciones por CC.AA.; Plan Actuación por CC.AA.
- Del informe Necesidades Sectoriales: Estudio de Mercado; Análisis Sectorial; Necesidades Formación por Sector; Cuantificación Sectorial

1.1.9. Exposiciones en las Comunidades Autónomas.

Las conclusiones de los estudios constituyen un material de interés para las instituciones y grupos profesionales de las Comunidades Autónomas.

Los equipos de la EOI se desplazan para exponer una síntesis de las conclusiones con los siguientes objetivos:

- Transmitir y contrastar información**
- Coordinar con la estrategia de formación de la CC.AA.**
- Exponer metodologías, fórmulas de colaboración y oferta de cursos**
- Involucrar a las instituciones locales en la acción FSE-EOI**

1.2 INTRODUCCIÓN ESPECÍFICA

Las características básicas de los actuales cambios económicos, sociales, tecnológicos, etc. están poniendo de relieve, cada vez más, la importancia de la persona como sujeto activo, rector y receptor de todo sistema.

La persona, no como elemento neutro dentro de un sistema, sino como un ser que es susceptible de experimentar satisfacciones e insatisfacciones; como el centro vivo de un sistema, susceptible de desarrollo y mejora, demanda un proceso formativo que le permita participar y adaptarse a su entorno a su organización.

Esta adaptación de personas a organizaciones, hace imprescindible definir y profundizar en las políticas de formación que deben de disponer en las empresas para su viabilidad.

La persona aspira, por naturaleza, a su éxito y a desarrollar un cierto sentido de autoestima. La empresa busca, en el cumplimiento de sus objetivos y en sus políticas de adaptación al mundo exterior debe proporcionar una "política formativa" a sus recursos humanos coherente con la demanda de éstos (como medio de promoción social e individual) y acorde con su realidad empresarial y sectorial.

En este estudio se presenta la demanda formativa que los recursos humanos de los distintos sectores analizados, demandan de acuerdo con lo expuesto en esta breve introducción.

2. RELACIÓN DE SECTORES A ESTUDIAR

2. SECTORES A ESTUDIAR

Los sectores o subsectores que a continuación se analizan con carácter pormenorizado, son los que se detectaron más representativos y con potencial para desarrollar acciones formativas en el estudio sobre Necesidades Globales de Formación en la Comunidad Autónoma de Castilla - La Mancha.

Estos sectores que se enumeran a continuación serán analizados en el siguiente capítulo; permitiendo así, señalar las necesidades de formación detectadas en cada uno de ellos y estimar el número global de acciones formativas para la Comunidad objeto de estudio.

- **Industria Agroalimentaria**
 - . **Cárnicos/Lácteos y Conservas**
 - . **Panadería/Dulces y Grasas**
 - . **Bebidas**
- **Construcciones Inmuebles / Instalaciones / Montajes**
- **Material de Construcción/Cerámica y Vidrio**
- **Textil/Piel y Calzado**
- **Mobiliario y Madera**
- **Metalurgia**
- **Química**
- **Hostelería y Restauración**

La procedencia de la información es muy dispersa, ante la necesidad de ser rigurosos y presentar datos actuales. Así hasta el momento de cerrarse el estudio tenemos constancia de que no existen publicaciones con datos más actualizados que los utilizados; prueba de ello son los indicadores del mercado de trabajo (Junio de 1994) manejados. En cualquier caso, aclarar, que toda vez que las fuentes de información lo han posibilitado se ha estudiado lo más actual.

2. SECTORES A ESTUDIAR

Se ha tenido muy buena colaboración por parte de la Consejería de Turismo y Comercio e Industria en especial las de Toledo y Albacete.

Hay que aclarar que las necesidades de formación en el sector servicios: hostelería y restauración es una estimación fruto de una ponderación subjetiva, ante la carencia de datos de Telemarketing realizado para el resto de los sectores presentados.

Se ha creído, en el último momento, interesante incluir las necesidades de formación en este subsector por el volumen de actividad que desarrolla.

3. ESTUDIO POR SECTORES

1

U

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Distribución Geográfica

Este subsector que está a caballo entre el tradicionalmente llamado primario y el secundario, se le puede considerar como estratégico para el desarrollo económico regional, y denota en la localización geográfica de sus empresas una característica de la comunidad: la desigualdad inter-provincial; Cuenca y Guadalajara apenas tienen representación de este subsector en todo su territorio; si bien cuentan con las dos empresas de mayor tamaño: Cuenca, en la zona de Tarancón con la industria cárnica INCARLOP, S.A. con 329 empleados, Guadalajara cuenta con DELASA, industria láctea dedicada a la elaboración de helados, cuya marca principal es "Nestle".

Localización del sector en su Comunidad Autónoma (% vertical)

	Cárnicos/Lácteos y Conservas	Panadería/ Dulces y Grasas	Bebidas
Albacete	10.8	23.5	29.6
Ciudad Real	45.9	45.1	18.5
Cuenca	5.4	3.9	3.7
Guadalajara	2.7	3.9	-
Toledo	35.1	23.5	48.1

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Estructura Socioeconómica

Siendo uno de los subsectores con mayor importancia en Castilla-La Mancha, su nivel de productividad con respecto a las comunidades que la rodean es el más bajo.

**Producción de las comunidades autónomas colindantes en el
grupo industrial (Millones de Ptas.)
PRODUCTOS ALIMENTICIOS - BEBIDAS**

Comunidades Autónomas	Valor total	V.A.B.	% Sobre valor de la Producción	Número de empleos	V.A.B. por empleo (miles ptas)
Andalucía	998.457	263.278	26.4	67.062	3.926
Aragón	213.988	49.445	23.1	13.573	3.643
Castilla León	615.753	137.721	22.4	36.948	3.727
C. Valenciana	658.511	185.650	28.2	48.604	3.820
Extremadura	119.5182	26.728	22.4	10.221	2.615
Madrid	400.018	134.406	33.6	30.443	4.415
Murcia	201.421	48.341	24.0	20.354	2.375
Castilla La Mancha	33.309	70.186	21.2	22.831	3.074

Fuente: Renta Nacional 1989

3.1. **INDUSTRIA AGROALIMENTARIA**

Estructura socioeconómica

Del 88 al 91 se puede observar una evolución positiva en la producción e incluso en el número de personas ocupadas ya que aunque ha habido altibajos, los datos del último año indica una recuperación de puestos de trabajo.

	1988	1989	1990	1991
Producción bruta (MM ptas)	257.503	252.193	258.201	300.439
Valor añadido (MM ptas)	54.630	57.904	57.617	69.294
Costes de personal (MM ptas)	20.052	21.958	22.553	25.252
Personas ocupadas (MM ptas)	17.978	18.025	17.342	17.542

Fuente: Encuesta Industrial 1988-1991 INE

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Estructura socioeconómica

Este subsector se caracteriza por contar con un gran número de empresas de pequeño tamaño y origen familiar.

Cabe destacar que es la comunidad española con mayor número de cooperativas y sociedades agrarias de transformación.

Número de empleados: 13.808

Distribución del empleo:

En empresas de hasta 10 empleados	12.14%
Entre 11 y 50	36.50%
Mas de 50	51.30%

Ningún centro supera los 500 empleados

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio Industrial de Castilla - La Mancha editado por el IMPI

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Necesidades de Empresa

La necesidad de subcontratación por la empresa de otros servicios es lo que ha dado origen al cooperativismo. Cooperativas que se responsabilizan de distribuir y comercializar los productos finales.

Subcontratación actual o inmediata de procesos de ... (% vertical)

	Cárnicas Lácteos Conservas		Panadería Dulces Grasas		Bebidas	
	PRE	FUT	PRE	FUT	PRE	FUT
NO	64.8		62.2		76.5	
SI	33.3		32.4		23.5	
Transporte/Distribución	44.4	38.9	33.3	33.3	66.7	41.7
Suministros	5.6	-	-	-	8.3	-
Fabricación/Producción	5.6	22.2	25.0	-	8.3	8.3
Comercial/Marketing	16.7	11.1	-	-	-	-
Servicios	5.6	5.6	-	-	-	-
Varios	5.6	5.6	8.3	-	-	-
NS/NC	16.7	16.7	33.3	66.7	16.7	50.0

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Necesidades de empresa.

Además de realizar acuerdos comerciales y de distribución, aparece la necesidad de agruparse para Investigación y Desarrollo, así como para formación, todo ello incentivado desde la Administración Pública a través de ayudas (RACE ¹, FLAIR ²)

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

	Cárnicas Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
NO	75.9	83.8	58.8
SI	22.2	16.2	39.2
<hr/>			
Comerciales	41.7	50.0	50.0
Formación	8.3	16.7	10.7
Distribución	50.0	33.3	30.0
I+D	16.7	--	15.0

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

¹RACE: Ayudas a la investigación destinadas a preparar el camino para el uso comercial en Europa en 1995.

²FLAIR: Ayudas a la investigación en el campo de la Bromatología y tecnología de la alimentación.

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Distribución Geográfica

Localización Geográfica de los cooperantes (% vertical) con respuesta múltiple

	Cárnicos Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
. En el mismo término municipal	8.3	-	-
. En su Comunidad Autónoma	50.0	50.0	25.0
. En otras Comunidades Autónomas	50.0	56.7	70.0
- Andalucía	16.7	-	21.4
- Canarias	-	-	7.1
- Cantabria	-	25.0	-
- Castilla León	-	25.0	14.3
- Cataluña	-	-	21.4
- C. Valenciana	16.7	25.0	21.4
- Extremadura	16.7	-	-
- Madrid	66.7	50.0	35.7
- Murcia	16.7	-	28.6
- Rioja	-	-	14.3
. A nivel internacional	16.7	-	40.0
- Francia	50.0	-	25.0
- Alemania	-	-	12.5
- Resto de Europa	-	-	50.0
- América	-	-	12.5

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura empresarial

Es un sector configurado por numerosas empresas pequeñas de carácter familiar en torno a un 40% de ellas no tienen más de 20 empleados, con una facturación, que aunque no la suelen publicar, no superan los 1000 millones.

Número de empresas

- . Cárnicas, Lácteos y Conservas 54 sobre 124 existentes
- . Panadería, Dulces y Grasas 37 sobre 125 existentes
- . Bebidas 51 sobre 163 existentes

Tamaño empresas:

	Cárnicas Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
Menos de 10 Empleados	16.7	27.0	19.6
Entre 10 y 19	40.7	40.5	39.2
Entre 20 y 29	9.3	10.8	13.7
Entre 30 y 59	24.1	18.9	19.6
Más de 59	9.3	2.7	7.8

Facturación aproximada:

- de 100 millones	11.1	29.7	2.0
de 100 a 200 millones	11.1	24.3	5.9
de 201 a 999 millones	35.2	16.2	35.3
+ de 999 millones	16.7	2.7	33.3
NS/NC	25.9	27.0	23.5

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Estructura empresarial

La apreciación de los empresarios dedicados a los subsectores Panadería/Dulces y Grasas y Bebidas sobre su situación es pesimista, dicen estar en declive; por el contrario las que se dedican a la producción Cárnicas Lácteos y Conservas hablan de estabilidad.

Tendencia de las empresas del sector

	Cárnicas Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
Estable	55.6	35.1	41.2
En declive	25.9	56.8	45.1
En crecimiento	14.8	8.1	13.7

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Evolución del empleo.

Como se podrá observar en las tablas que siguen, la tendencia es mayoritaria a una evolución estable, es decir a conservar los puestos; si bien en el subsector de Cárnicas/Lácteos y conservas hay una orientación positiva de incremento de personas especialista y profesionales.

No se puede hablar de incremento de plantilla, ni siquiera en el más dinámico de los subsectores Cárnicos/Lácteos y Conservas pues contrarresta, en cierta manera la apreciación, aunque escasa, de que disminuirá sobre toda la plantilla de "obreros".

Es difícil analizar la evolución del empleo en el sector, pues da la impresión de que los encuestados no tienen perspectiva histórica y/o visión de futuro a medio largo plazo y que están estancados en la crisis que todavía en el primer semestre del 94 se vive.

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Evolución futura de empleo.

Evolución futura del empleo (% Vertical)

	Cárnicas Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
OPERARIOS			
Perderá Puestos	38.9	51.4	62.7
Conservará estables	46.3	48.6	31.4
Aumentará	13.0	-	2.0
NS/NC	-	-	-
CUADROS MEDIOS			
Perderá Puestos	18.5	16.2	41.2
Conservará estables	53.7	57.6	47.1
Aumentará	20.4	5.4	5.9
NS/NC	7.4	10.8	5.9
ESPECIALISTAS			
Perderá Puestos	14.8	5.4	33.3
Conservará estables	42.6	73.0	45.1
Aumentará	40.7	10.8	13.7
NS/NC	1.9	10.8	7.8
PROFESIONALES			
Perderá Puestos	13.0	10.8	31.4
Conservará estables	57.4	64.9	29.4
Aumentará	27.8	8.1	9.8
NS/NC	1.9	16.2	29.4

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura del empleo.

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

	Cárnicas Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
SI	46.3	37.8	17.6
NO	53.7	62.2	72.5

Puestos que necesitan:

Técnicos/Directivos	-	14.3	33.3
Especialistas	28.0	35.7	33.3
Operarios	60.0	57.1	33.3
Cuadros medios	-	-	11.1
Comerciales	-	7.1	-
NS/NC	24.0	-	22.2

Fuente: E.O.Í., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura del empleo.

	Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo (% vertical)		
	Cárnicas Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
DIRECTIVOS			
. aumentará	7.4	5.4	-
. se mantendrá	87.0	89.2	92.2
. disminuirá	5.6	5.4	3.9
NS/NC	-	-	3.9
TÉCNICOS			
. aumentará	20.4	16.2	13.7
. se mantendrá	77.8	54.1	78.4
. disminuirá	1.9	2.7	3.9
NS/NC	-	27.0	3.9
ADMINISTRATIVOS			
. aumentará	9.3	13.5	9.8
. se mantendrá	8.5	75.7	74.5
. disminuirá	9.3	5.4	11.8
NS/NC	-	5.4	3.9
SECRETARIAS			
. aumentará	11.1	8.1	5.9
. se mantendrá	85.2	35.1	60.8
. disminuirá	3.7	-	11.8
NS/NC	-	56.8	21.6

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura del empleo.

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

	Cárnicas Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
PERSONAL AUX.			
. aumentará	5.6	16.2	5.9
. se mantendrá	77.8	45.9	56.9
. disminuirá	16.7	2.7	23.5
NS/NC	-	35.1	13.7
OBREROS			
. aumentará	33.3	21.6	9.8
. se mantendrá	40.7	54.1	51.0
. disminuirá	25.9	24.3	31.4
NS/NC	-	-	-
OBREROS ESPECIAL.			
. aumentará	25.9	18.9	13.7
. se mantendrá	68.5	59.5	58.8
. disminuirá	5.6	10.8	19.6
NS/NC	-	10.8	7.8
CUADROS MEDIOS			
. aumentará	11.1	10.8	3.9
. se mantendrá	83.3	75.7	78.4
. disminuirá	5.6	5.4	11.8
NS/NC	-	8.1	5.9

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura del empleo.

CÁRNICAS, LÁCTEOS Y CONSERVAS.

Este grupo de actividad es el más optimista y prevé no sólo formar al personal actual sino hacer nuevas incorporaciones con una formación en idiomas, finanzas y dirección de empresas.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

<u>CÁRNICAS</u> <u>LÁCTEOS</u> <u>CONSERVAS</u>	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	6.9	19.8	20.8
INFORMÁTICA	11.4	10.3	9.8
MEDIOAMBIENTE	10.4	16.3	-
DCC.EMPRESAS	10.0	14.1	17.6
CONTABILIDAD	9.9	15.1	16.1
CONOCIMIENTOS C.E.	7.0	16.5	14.6
EXPORTACIÓN	7.8	18.9	15.7
LOGÍSTICA	10.2	15.2	6.7
MARKETING	8.9	16.2	12.8
FINANZAS	9.0	16.2	18.8

Fuente: E.O.I., Telemarketing. 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura del empleo.

PANADERÍA, DULCES Y GRASAS

Puede ser significativo y contradictorio el dato, que de incorporar nuevo personal requiera una formación en medioambiente y contabilidad. Cabe la explicación de que requieran formación medioambiental para la elaboración de aceites y la gestión de sus residuos; y contabilidad como una prueba de que los actuales empresarios poseen escasa formación empresarial.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

<u>PANADERÍA</u> <u>DULCES</u> <u>GRASAS</u>	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	7.8	5.9	8.3
INFORMÁTICA	6.8	8.2	9.8
MEDIOAMBIENTE	7.1	5.0	25.0
DCC.EMPRESAS	8.0	3.8	11.8
CONTABILIDAD	7.0	3.8	19.4
CONOCIMIENTOS C.E.	8.4	5.5	9.8
EXPORTACIÓN	8.4	3.8	9.8
LOGÍSTICA	8.7	1.3	6.7
MARKETING	8.4	1.3	6.7
FINANZAS	-	-	-

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura del empleo.

BEBIDAS.

Esta actividad, de las tres que se han incluido en Industria Agroalimentaria, es la que tiene una situación más negativa; donde más cooperativismo se da; y como se observa en la tabla, donde se intentará formar al personal existente antes de ampliar plantilla.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

BEBIDAS	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	6.6	21.8	8.3
INFORMÁTICA	8.8	11.6	9.8
MEDIOAMBIENTE	8.6	17.5	5.0
DCC.EMPRESAS	8.5	14.1	23.5
CONTABILIDAD	9.7	17.0	3.2
CONOCIMIENTOS C.E.	5.6	16.5	7.3
EXPORTACIÓN	6.0	21.7	9.8
LOGÍSTICA	7.0	20.3	26.7
MARKETING	6.6	20.0	12.8
FINANZAS	9.0	13.0	12.5

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura del empleo.

PERSONAL SUPERIOR

El deseo y la necesidad de formar, está presente en el personal que ocupa un puesto de alto nivel y manifiestan poder dedicarle especialmente una tarde a la semana.

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector (% verticales)

PERSONAL SUPERIOR	Cárnicas Lácteos Conservas	Panadería Dulces Grasas	Bebidas
Viernes y sábado mañana.	11.1	5.4	11.8
Una tarde / semana.	25.9	85.1	13.7
Dos tardes / semana.	7.4	13.5	2.0
Un día completo / semana	-	5.4	5.9
Fuera horario laboral.	7.4	21.6	45.1
No formaría.	18.5	2.7	2.0
Sábado mañana	18.5	-	2.0
NS/NC	9.3	8.1	17.7

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Estructura del empleo.

PERSONAL MEDIO

Tanto el personal de alto nivel como del medio, en el grupo bebidas desea formarse fuera del horario laboral, y a poder ser, durante una tarde a la semana en las tres ramas de actividad.

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector (% verticales)

<u>PERSONAL MEDIO</u>	<u>Cárnicas Lácteos Conservas</u>	<u>Panadería Dulces Grasas</u>	<u>Bebidas</u>
Viernes y sábado mañana.	11.1	2.7	11.8
Una tarde / semana.	27.8	35.1	13.7
Dos tardes / semana.	7.4	10.8	2.0
Un día completo / semana	-	5.4	5.9
Fuera horario laboral.	7.4	21.6	45.1
No formaría.	18.5	8.1	2.0
Sábado mañana	16.7	-	2.0
NS/NC	9.3	8.1	15.7

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Necesidades de Formación.

Área de Producción.

En los tres subsectores que se analizan dentro de lo que hemos denominado "Industria Agroalimentaria" se demanda formación, prioritariamente, en "calidad total" y "mejora continua".

En segundo lugar, por el nivel medio (técnicos) es "logística" y "compras" lo que demandan en el subsector de cárnicas/lácteos y conservas, y bebidas.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en ? (% de respuesta afirmativa)

	Cárnicas Lácteos Conservas		Panadería Dulces Grasas		Bebidas	
	nivel medio	nivel alto	nivel medio	nivel alto	nivel medio	nivel alto
CALIDAD TOTAL	44.4	25.9	45.9	13.5	29.4	15.7
MEJORA CONTINUA	48.1	25.9	29.7	10.8	37.3	19.6
ROBÓTICA	13.0	11.1	5.4	5.4	9.8	5.9
ELECTRÓNICA	11.1	7.4	10.8	5.4	11.8	7.8
JUST IN TIME	14.8	13.0	10.8	2.7	3.9	3.9
INFORMÁTICA	29.6	13.0	10.8	2.7	19.6	11.8
COMPRAS	18.5	7.4	8.1	5.4	17.6	7.8
LOGÍSTICA	18.5	13.0	10.8	5.4	17.6	11.8

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Necesidades de Formación.

Área de Administración y Dirección.

Entre los módulos temáticos que engloban esta área, "Informática" e "Idiomas" son los más solicitados; "Gestión y Dirección de Empresas" también es fuertemente demandado por el grupo encasillado en el nivel medio por los de Bebidas y Cárnicas, lácteos y Conservas.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en ? (% de respuesta afirmativa)

	Cárnicas Lácteos Conservas		Panadería Dulces Grasas		Bebidas	
	nivel medio	nivel alto	nivel medio	nivel alto	nivel medio	nivel alto
INFORMÁTICA	38.9	27.8	43.2	18.9	45.1	17.6
IDIOMAS	40.7	31.5	27.0	13.5	51.0	11.8
ORGANIZACIÓN	38.9	24.1	24.3	8.1	37.3	15.7
GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS	38.9	27.8	10.8	10.8	49.0	15.7
LOGÍSTICA	22.2	5.4	16.2	9.8	31.4	1.9
MEDIO AMBIENTE	22.2	11.1	10.8	5.4	25.5	3.9
FINANZAS	25.9	25.9	10.8	10.8	29.4	11.8

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Necesidades de Formación.

Área Comercial.

Nuevamente, es el grupo encasillado en el nivel medio, los que más formación demandan, especialmente en "Marketing" y "Comercio Exterior".

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en ? (% de respuesta afirmativa)

	Cárnicas Lácteos Conservas		Panadería Dulces Grasas		Bebidas	
	nivel medio	nivel alto	nivel medio	nivel alto	nivel medio	nivel alto
MARKETING	50.0	24.1	35.1	13.5	54.9	11.8
VENTAS	35.1	20.47	51.0	10.8	14.8	15.7
LOGÍSTICA	27.8	14.8	18.9	8.1	35.3	11.8
COMERCIO EXTERIOR	31.5	33.3	10.8	10.8	52.9	9.8

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Perspectivas y tendencias

La realidad de la "agroindustria" en Castilla - La Mancha hoy, poco tiene que ver con la de hace no más de una década, sin duda como respuesta al reto que presentó nuestra entrada en el Mercado Común.

La industria Agroalimentaria y bebidas está preparando sus explotaciones, actualizando sus sistemas de cultivo diversificando más la producción, la transformación y el mercado.

Este sector, soporte económico durante mucho tiempo de la región, ha servido como motor dinamizador de la economía en la Comunidad, que con su esfuerzo y presencia en el mercado, ha atraído a la Comunidad otras industrias que están enriqueciendo y haciendo atractiva la inversión en dicha región, todo ello reforzado por su privilegiada situación geográfica, ya que está atravesada por las principales vías de comunicación terrestre.

La industria Agroalimentaria se centra en Ciudad Real, Toledo y Albacete principalmente.

El vino y sus derivados, la carne y el ganado (junto con cereales y hortalizas que no son objeto de este estudio) constituyen la base de este sector explicando el 72% de su PFA (productividad final agraria).

En las exportaciones destaca con un 23.6% los productos de la industria agroalimentaria y bebidas en general, aumentando en ocho puntos desde la adhesión comunitaria.

La industria cárnica ha estado muy castigada con la peste porcina; se ha limitado por lo general al abastecimiento de la población, sin una posterior industrialización.

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Perspectivas y tendencias

Existe un reducido número de mataderos industriales frigoríficos, generalmente de pequeño tamaño, muchas veces con carácter de empresa familiar y cooperativismo para la fabricación de embutidos, conservas y otros productos.

La industria láctea es de gran capacidad de producción (junto con la Comunidad de Castilla - León) que pasa por un gran número de sociedades cooperativas elaboradoras de productos cada día con mayor crédito en el mercado (Lácteas García Baquero con ventas en 1993 de 11.200 Mles. pts., Quesos Forbasa - 13.429 Mles. pts.)

Lo que se refiere el subgrupo Panadería, Dulces y Grasas, tenemos a Delaviuda en Toledo que nos puede servir de reflexión: escasa capitalización, bajo nivel tecnológico-tecnología artesanal-, y reducido tamaño empresarial.

El acusado minifundio empresarial está siendo un obstáculo para la modernización del sector y su integración en la economía de escala.

La industria agroalimentaria se caracteriza por su heterogeneidad y la complejidad de los subsectores que comprende; producciones más tradicionales: (pan, bollería, molinería); industrias vinícolas y alcoholes y las industrias de conservas, más dinámicas aunque con serias dificultades (cuestiones sanitarias).

El sector vinícola de la región, a igual que el resto de los sectores agroalimentarios, se caracteriza por un gran número de empresas medianas y pequeñas de origen familiar. Empresas familiares con pocos conocimientos para la distribución y comercialización de los productos.

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Perspectivas y tendencias

La mayor parte de las empresas han tenido unas estrategias oportunistas con objetivos a corto plazo, lo que añadido a los escasos conocimientos de los empresarios hace que el sector necesite con carácter de urgencia un apoyo formativo en comercialización que especialmente detenga, la caída de la demanda de los productos.

Así, hay que despertar la demanda interna, internacionalizar los productos, no depender de proveedores externos, generar y motivar metas y objetivos a más largo plazo entre los empresarios, etc.

La caída de la demanda principalmente externa, se frenara con la mejoras de las vías de comunicación.

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Amenazas y oportunidades

Amenazas:

Problemas estructurales: falta de profesionales, envejecimiento de la población ocupada, deficiencias tecnológicas.

Escasa relevancia del mercado interno regional, fragmentado en mercados de carácter local y provincial.

Desconocimiento de las reglas de juego para la comercialización internacional de sus productos.

Dificultad de crear una "imagen de productos regionales", (entre otras cosas por su rica variedad de productos).

Adaptación a la incorporación de nuevas tecnologías.

Oportunidades:

Gran variedad de recursos naturales.

Inversión en nuevas industrias, puesta a punto de nuevas tecnologías agrarias y agroalimentarias que permitan una mayor eficiencia productiva a las explotaciones y empresas.

Tecnologías asequibles con apoyos, inclusive de las diferentes Administraciones (Central, Europea).

Denominación de origen en la producción vinícola de la zona; la calidad del producto presente en Francia, Alemania y América puede arrastrar la comercialización de otros productos

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Amenazas y oportunidades

(quesos, jamones, ajos...). De hecho, algo más de 500 empresas se han acogido a los convenios financieros de la junta con entidades de crédito de la región para la comercialización de productos agrarios y silvícolas. Así el comercio exterior con la CEE representa el 23% en productos de industria alimentaria y bebidas en general.

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Conclusiones

El declive (en Bebidas y Panadería/Dulces y Grasas) percibido se traduce en una pérdida gradual de puestos de trabajo en todos los grupos, a excepción de los especialistas.

Es la actividad de Cárnicas/Lácteos y Conservas la más optimista, en la que parece que pueda aumentar la plantilla de obreros especialistas en más de un 30%.

En cualquier caso, es importante subrayar que las necesidades de formación se resolverán mayoritariamente especializando al personal actual, sólo en algunos casos generarían nuevo empleo.

El personal de nuevo ingreso tendría que estar formado como se detalla en la línea siguiente:

Cárnicas/Lácteos y Consercas: Idiomas, Finanzas, Dirección de Empresas, Exportación y Conocimientos de la Comunidad Económica Europea.

Panadería/Dulces y Grasas: Mediambiente, Contabilidad y Dirección de Empresas.

Bebidas: Logística y Dirección de Empresas.

El tiempo que pueden dedicar, se concentra en una tarde a la semana y a poder ser fuera del horario laboral.

3.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA.

Conclusiones

El personal del sector necesita apoyo formativo principalmente en:

	Cárnicas / Lácteos y Conservas	Panadería / Dulces y Grasas	Bebidas
AREA PRODUCCIÓN	Calidad total Mejora continua Informática Just in time Logística	Calidad total Mejora continua Electrónica Logística	Calidad total Mejora continua Informática Logística
AREA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	Informática Idiomas Organización Gestión y Dirección Medioambiente Finanzas	Informática Idiomas Organización Logística	Informática Idiomas Organización Gestión Dirección Finanzas
AREA COMERCIAL	Marketing Ventas Comercio Exterior	Marketing Ventas Comercio Exterior	Marketing Logística Comercio Exterior

Así, desde el punto de vista de la formación de técnicos y directivos se perfilan una serie de líneas que pueden contribuir a dinamizar las empresas del sector:

- Formación Gerencial.
- Mejora Continua de Calidad.
- Comercialización y Logística.

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO

Estructura Socioeconómica

Al hablar de producción en este sector, hay que aclarar que nos referimos a:

- . minerales no metálicos
- . productos cerámicos
- . cementos, cales y yesos
- . derivados del cemento
- . vidrio y sus manufacturas
- . materiales de construcción de tierras cocidas
- . otros productos minerales

Así este sector es uno de los más importantes en la industria regional, con un peso elevado (5,7 %) dentro de la industria nacional.

Se puede observar que el porcentaje sobre el valor de la producción de Castilla - La Mancha es el mayor (44,2) respecto al de las comunidades autónomas que la rodean geográficamente.

Producción de las comunidades autónomas colindantes en el grupo industrial (Millones de Ptas.) MINERALES Y PRODUCTOS DE MINERALES NO METÁLICOS

Comunidades Autónomas	Valor total	V.A.B.	% Sobre valor de la Producción	Número de empleos	V.A.B. por empleo (miles ptas)
Andalucía	184.622	80.793	43.8	19.823	4.076
Aragón	50.420	21.093	41.8	5.191	4.063
Castilla León	93.293	39.609	42.5	10.577	3.745
C. Valenciana	426.186	185.670	43.6	42.589	4.360
Extremadura	15.868	6.519	41.1	2.170	3.004
Madrid	122.915	51.821	42.2	11.470	4.518
Murcia	35.933	14.535	40.5	4.060	3.580
Castilla La Mancha	102.983	45.500	44.2	10.549	4.313

Fuente: Renta Nacional 1989 BBV

..
..

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO

Estructura socioeconómica

La evolución de la producción en este sector ha tenido un comportamiento positivo hasta 1991 si bien algunos artículos publicados recientemente nos indican que en 1993 ha caído o se ha paralizado como consecuencia de la recesión de la demanda a nivel nacional.

Evolución de la producción (MM. Ptas.)

	PRODUCCIÓN BRUTA (ptas)			SUELDOS Y SALARIOS BRUTOS POR OCUPADO (Ptas.)
	Por persona ocupada	Por obrero de producción	Por hora trabajada	
M. anual 1988	1.381.608	1.916.059	4.344	300.443
M. anual 1989	1.704.079	2.398.077	4.844	355.598
M. anual 1990	2.111.524	2.778.462	5.612	399.224
M. anual 1991	2.050.390	2.650.354	5.384	435.253

Fuente: Anuario Estadístico CASTILLA-LA MANCHA 1992:

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO

Necesidades de Empresa

Según la consulta directa realizada a directivos de empresas de este sector, un 20% considera necesario subcontratar algunos servicios: procesos productivos (grava, aglomerado asfáltico), suministros (yesos, acero, hierro).

Subcontratación actual o inmediata de (% vertical)

NO 74.5
SI 20.0

	<u>PRESENTE</u>	<u>FUTURO</u>
Transporte/Distribución	18.7	-
Suministros	27.3	-
Fabricación/Producción	36.4	9.1
Servicios	9.1	-
NS/NC	9.1	90.9

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO

Necesidades de empresa.

Se puede considerar como un indicador optimista el que un 18 % de los directivos encuestados aprecien la necesidad de llegar a acuerdos de cooperación con otras empresas especialmente en Investigación y Desarrollo (60 %)

Acuerdos de cooperación con otras empresas. (% Vertical con respuesta múltiple)

NO 81.8

SI 18.2

Comerciales 30.0

Formación 10.0

Investigación y Desarrollo 60.0

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Distribución Geográfica

La cooperación empresarial se produce dentro de la propia comunidad, o con las comunidades de mejor comunicación ferroviaria o por carretera.

Fuera de la frontera española, es Francia el unico país con el que se dice existe cooperación empresarial del sector.

Localización Geográfica de los cooperantes (% vertical con respuesta múltiple)

. Dentro de su comunidad	50.0
. En otras Comunidades Autónomas	50.0
- Cataluña	20.0
- C. Valencia	20.0
- Extremadura	20.0
- Madrid	60.0
. A nivel internacional	10.0
- Francia	100.0

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO

Distribución Geográfica

La heterogeneidad de la industria de Castilla - La Mancha queda de manifiesto en el seguimiento de esta tabla en los diferentes sectores analizados; se verá que no hay ningún subsector en el que se encuentren especializadas las cinco provincias.

El sector que nos ocupa está presente en todas, pero especialmente en la provincia de Toledo: en la zona de Talavera se trabaja la cerámica, fabricación de ladrillos; es en la zona de La Sagra donde se encuentra el mayor número de empresas ladrilleras o derivadas de la manipulación de arcilla. Existe un alto grado de automatización en muchas de ellas.

Localización del sector en su Comunidad Autónoma (% horizontal)

Albacete	16.4
Ciudad Real	12.7
Cuenca	9.1
Guadalajara	7.3
Toledo	54.4

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994; Centro Estudios Caja de Castilla - La Mancha.

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Estructura empresarial

La característica más predominante en el tejido empresarial castellano - manchego es un reducido número de empleados.

Los datos disponibles sobre este sector productivo, confirman que más del 50% de las empresas no tienen más de 30 empleados, pero con una facturación importante: un 23,6% factura más de 200 millones. ¹

Número de empresas consultadas: 55 Sobre 257 del Sector

Tamaño empresas:

Menos de 10 Empleados	5.5
Entre 10 y 19	36.4
Entre 20 y 29	27.3
Entre 30 y 59	20.0
Más de 59	10.9

Facturación anual aproximada:

- de 100 millones	16.4
de 100 a 200 millones	18.2
de 201 a 999 millones	23.6
+ de 999 millones	3.6
NS/NC	38.2

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

¹Ejemplo: Hormigones Toledo, S.A., en Madrideojos (Toledo) con 26 empleados, dedicada a la fabricación de hormigón (arena, cemento y áridos) tiene unas ventas entre 1751 - 2000 millones.

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO

Estructura empresarial

Las perspectivas de los empresarios respecto a la tendencia del sector en un futuro inmediato es pesimista; un 43.6% dice estar en retroceso y un 41.8% estable.

Tendencia de las empresas del sector

Estable	41.8
En declive	43.6
En crecimiento	12.7

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Estructura del empleo

El número de empleados en este sector es muy significativo; si consideramos además esta actividad como motor económico, pues se incluyen empresas cuya actividad fabricación de hormigón, grava y escayola etc., está vinculada a la CONSTRUCCIÓN, se puede decir que en la actividad productiva de la comunidad tiene un peso muy específico.

Número de empleados: 17814

Distribución del Empleo:

En empresas de hasta 10 empleados	10.84%
Entre 11 y 50	41.44%
Más de 50	47.74%

(2 Empresas superan los 501 empleados)

. Minas de Almadén y Arrayanes, S.A. en Almadén (Ciudad Real), 600 empleados dedicada a obras públicas en general.

. Grivisa, S.A. en Azuqueca de Henares (Guadalajara), 547 empleados, productos vasos y copas, platos; Marcas Duralex y Armonia.

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio Industrial de Castilla-La Mancha editado por el IMPI

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Estructura del empleo

La evolución del empleo en el sector es positiva; está por encima de la media nacional. Mientras en Castilla - La Mancha el número de ocupados crece 3,7 a nivel nacional sólo 1; el número de parados en la comunidad decrece 1,1.

Evolución del empleo en el sector

	C. Castilla - La Mancha		España	
	Ocupados	Parados	Ocupados	Parados
1988	10.7	16.2	8.7	17.1
1989	12.3	14.1	9.3	14.9
1990	13.1	12.3	9.7	14.9
1991	14.2	12.3	10.1	16.2
1992	14.4	15.1	9.7	10.8

Fuente: Anuario Estadístico Castilla-La Mancha 1992

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Estructura del empleo.

Como se puede apreciar, la evolución del empleo en el sector se percibe mayoritariamente estable; con una pérdida de puesto de trabajo entre los operarios de más del 50% y una creación de nuevos puestos de carácter técnico y profesional.

Evolución futura del empleo (% Vertical)

	Operarios	Cuadros Medios	Especialistas	Profesionales
Perderá Puestos	54.5	29.1	29.1	30.9
Conservará estables	30.9	47.3	49.1	50.9
Aumentará	5.5	9.1	14.5	10.9
NS/NC	9.1	14.5	7.3	7.3

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Estructura del empleo.

Son los especialistas (marmolistas, escayolistas, ceramistas, manipuladores del vidrio y/o del cristal, pulidor etc.) los puestos que más se necesitan cubrir.

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

SI 29.1

NO 69.1

Puestos que necesitan:

Técnicos/Directivos	18.8
Especialistas	68.8
Operarios	43.8

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Estructura del empleo.

Es muy positivo observar la apreciación de mantener el puesto de trabajo. De aumentar la plantilla sería entre el grupo de técnicos y especialistas.

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo. (% Vertical)

	Aumentará	Se mantendrá	Disminuirá	NS/NC
DIRECTIVOS	1.8	89.1	3.6	5.5
TÉCNICOS	16.4	70.9	3.6	9.1
ADMINISTRATIVOS	10.9	80.0	5.5	3.6
SECRETARIAS	3.6	74.5	3.6	18.2
PERSONAL AUXILIAR	9.1	67.3	9.1	14.5
OBREROS	14.5	47.3	34.5	3.6
O.ESPECIALIZADOS	25.5	45.5	23.6	5.5
CUADROS MEDIOS	9.1	72.7	10.9	7.3

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Estructura del empleo.

Los empresarios consultados no perciben la necesidad de incorporar personal, y menos por motivos de carencia de formación del equipo humano con el que ya cuenta.

De detectar la necesidad de una mayor formación para el desarrollo de la actividad, prefiere formar al personal que ya tiene.

Sólo está más predispuesto a buscar nuevo personal en el campo informático y área de comercio exterior.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	83.6	5.5	9.1
INFORMÁTICA	60.0	27.3	12.7
MEDIOAMBIENTE	81.8	10.9	7.3
DCC.EMPRESAS	90.9	5.5	3.6
CONTABILIDAD	89.1	1.8	7.3
CONOCIMIENTOS C.E.	76.4	12.7	10.9
EXPORTACIÓN	87.3	3.6	9.1
LOGÍSTICA	98.2	1.8	-
MARKETING	83.6	7.3	9.1
FINANZAS	90.9	-	9.1

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Estructura del empleo.

El personal del sector que está dispuesto a formarse, prefiere hacerlo fuera del horario laboral, a lo sumo empleando una tarde a la semana.

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector (% verticales)

	P.Superior	P.Medio	Administrativo	Otros
Viernes y Sábado mañana	9.1	7.3	7.3	9.1
Una tarde por semana	23.6	29.1	30.9	21.8
Dos tardes por semana	3.6	1.8	3.6	3.6
Un día completo por semana	10.9	10.9	9.1	9.1
Fuera horario laboral	27.3	25.5	25.5	30.9
No formaría	16.4	16.4	14.5	14.5
NS/NC	9.1	9.1	9.1	10.9

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Necesidades de Formación.

Área de Producción.

Es "Calidad total", "Mejora continua", "Electrónica e Informática" la formación más demandada por el nivel medio de los trabajadores encuestados.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Calidad total	36.4	12.7
Mejora continua	29.1	12.7
Robótica	14.5	3.6
Electrónica	25.5	3.6
Just in time	5.5	-
Informática	25.5	9.1
Compras	9.1	1.8
Logística	5.5	-

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Necesidades de Formación.

Área de Administración y Dirección.

Por el nivel medio se demanda formación en "informática", el equipo directivo es la formación en "idiomas" lo más solicitado.

Pero la tabla nos habla principalmente, de la mayor demanda de formación por el colectivo de nivel medio que del alto .

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Informática	43.6	12.7
Idiomas	16.4	14.5
Organización	20.0	10.9
Gestión y dirección de empresas	18.2	7.3
Logística	10.9	1.8
Medio Ambiente	10.9	3.6
Finanzas	12.7	1.8

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Necesidades de Formación.

Area Comercial.

"Ventas" y "Marketing", es decir cómo vender y comercializar mejor el producto es la formación más solicitada.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuestas afirmativas)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Márketing	25.5	9.1
Ventas	25.5	5.5
Logística	10.9	3.6
Comercio Exterior	5.5	3.6

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Perspectivas y tendencias

Esta rama de actividad representa la mayoría relativa, tanto del número de centros (24,09%), como del número de empleados (24,49%) en la comunidad.

El 54.4% de esta actividad se concentra en Toledo, debido a la proximidad de la gran urbe Madrid.

Es un sector de muy pequeñas empresas, de fuerte competencia entre ellas, con una tecnología estándar y que debe estar muy pendiente, entre otras cosas, de las normativas medioambientales ya que por un lado esquilma el suelo como materia prima y por otro, producen numerosos residuos.

Este sector puede ser uno de los privilegiados en cuanto a las tendencias de crecimiento, además de ofrecer un amplio abanico de actividades laborales: ferrayas, marmolistas, canteros, carpinteros, soldadores aunque la percepción entre las empresas encuestadas (55) es que el sector está en un 43.6 en declive y 41.8 estable.

Se aprecia un mantenimiento de los puestos de trabajos (68.41% de media) y un mínimo incremento entre técnicos y obreros especializados.

La tendencia no es a incrementar el número de empleados, pero si en formar al personal que tienen, principalmente en informática, conocimientos de Comercio Exterior y Medioambiente.

De incorporar nuevo personal los conocimientos en estas materias - Informática, Comercio Exterior- son imprescindibles.

Tanto el personal Superior, Medio como Administrativo u otras "categorías profesionales" de formarse sería fuera del horario laboral, o una tarde por semana.

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Amenazas y Oportunidades

En estos momentos, la amenaza más acuciante que tiene el subsector del material de la construcción es el frenazo que desde finales de 1992 está sufriendo la construcción.

El subsector de cerámica se mantiene, sólo en parte, en lo que se refiere a artesanía; por el contrario está en retroceso como elemento de construcción.

Por otro lado, el vidrio está intentando recuperar su espacio en el mercado que fue usurpado con el "TetráPark". Para ello está realizando verdaderos esfuerzos en investigación para hacerlo más ligero.

Los tres subsectores tienen como asignatura pendiente, mejorar su "relación con el Medioambiente". La materia prima utilizada deteriora, emprobece el terreno, los residuos que producen aunque sean mínimos degradan el entorno.

Así el sector se ve muy afectado por los ciclos económicos que soporta la construcción: gran dinamismo hasta el 1991 aproximadamente, sobre todo por las inversiones públicas en infraestructuras y viviendas; hoy relentizado.

Pero no cabe duda, que la oportunidad del sector radica en saber adaptarse a los tiempos: ser un "sector muelle" y mantener los nichos de mercado a los que se han replegado en momentos de crisis (cerámica y vidrio como elementos decorativos por poner un ejemplo).

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Conclusiones

El sector que nos ocupa está muy sujeto a los ciclos económicos que soporta la construcción. De ahí, que en estos momentos en los que se realiza el estudio la percepción sobre la situación del sector sea de declive.

El vaticinio es un mantenimiento sostenido, y llegado el caso una pérdida proporcional y escalonada de puestos de trabajo entre operarios y cuadros medios. Se debe destacar que las necesidades de nuevos conocimientos se cubrirían formando al personal existente en la empresa y excepcionalmente con una nueva incorporación.

El personal nuevo debe poseer conocimientos especialmente de Informática y sobre exportación.

Se detectan necesidades de formación en las diferentes áreas y niveles por el orden escrito a continuación:

	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
AREA DE PRODUCCIÓN	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA -INFORMÁTICA -ELECTRÓNICA	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA -INFORMÁTICA
AREA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	-INFORMÁTICA -ORGANIZACIÓN -GESTIÓN Y Dec. EMPRESAS -IDIOMAS	-INFORMÁTICA -ORGANIZACIÓN -GESTIÓN Y Dec. EMPRESAS -IDIOMAS
AREA COMERCIAL	-MARKETING -VENTAS -LOGÍSTICA	-MARKETING -VENTAS

3.2. MATERIAL DE CONSTRUCCIÓN/CERÁMICA/VIDRIO.

Conclusiones

Así pues, desde el punto de vista de la formación de técnicos y directivos se perfilan una serie de líneas muy similares entre ellos.

- Formación en calidad total y mejora continua.
- Formación informática para la gestión de producción.
- Formación informática como herramienta para la dirección y gestión de la empresa.
- Formación en gestión y dirección.
- Idiomas
- Técnicos de marketing.
- Estrategias de ventas.

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES

Estructura Socioeconómica

Al hablar del sector que nos ocupa, nos estamos refiriendo a:

- . Construcción de viviendas y edificios u organismos públicos.
- . Instalaciones de fontanería, calefacción, escayola.
- . Instalaciones eléctricas industriales, y/o en general.
- . Montajes de equipos de presión y de agua.
- . Montaje eléctricos, teléfonos.
- . etc.

La producción de este sector en la Comunidad de Castilla - La Mancha con respecto a las comunidades que le rodean es la más baja, aunque dentro de la comunidad ha tenido una evolución positiva con una productividad cada vez más significativa.

Producción de las comunidades autónomas colindantes en el grupo industrial (Millones de Ptas.) CONSTRUCCIÓN E INGENIERÍA

Comunidades Autónomas	Valor total	V.A.B.	% Sobre valor de la Producción	Número de empleos	V.A.B. por empleo (miles ptas)
Andalucía	1.255.328	589.787	47.0	204.501	2.884
Aragón	241.260	114.045	47.3	35.382	3.223
Castilla León	579.066	263.891	45.6	79.703	3.311
C. Valenciana	792.277	383.472	48.4	112.348	3.413
Extremadura	211.596	96.329	45.5	35.893	2.684
Madrid	901.531	448.061	49.7	132.408	3.381
Murcia	224.894	105.925	47.1	31.572	3.355
Castilla La Mancha	426.768	193.028	45.2	66.819	2.889

Fuente: Renta Nacional 1989 BBV

3.3. **CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES**

Distribución Geográfica

La localización geográfica de estas pequeñas empresas que conforman el sector está preferentemente en el sur-este de la comunidad; Ciudad Real como cruce importante de carreteras, ha formado un importante polígono industrial, y Albacete como centro próximo a las Lagunas de Ruidera son las dos provincias que focalizan la mayor actividad del sector.

No olvidar Toledo cuyo motivo sería otro, la proximidad de Madrid (fenómeno que estos momentos se le está volviendo en contra por motivos fiscales).

Localización del sector en su Comunidad Autónoma (% horizontal)

Albacete	33.3
Ciudad Real	27.8
Cuenca	13.0
Guadalajara	7.4
Toledo	18.5

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. **CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES**

Necesidades de empresa.

El reducido tamaño de las empresas del sector está motivando una fuerte cooperación entre ellas, especialmente en el área técnica (57,1%).

Acuerdos de cooperación con otras empresas. (% Vertical con respuesta múltiple)

NO 74.1
SI 25.9

Comerciales	14.3
Formación	28.6
Investigación y Desarrollo	7.1
Servicios	7.1
Técnicos	57.1

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES

Necesidades de Empresa

Las perspectivas de actividad para el futuro parecen ser positivas, ya que la Subcontratación para el futuro en Producción/Fabricación está en un 47% y Transporte/Distribución en un 23,5%.

Subcontratación actual o inmediata de (% vertical)

NO 68.5
SI 31.5

	<u>PRESENTE</u>	<u>FUTURO</u>
Transporte/Distribución	17.6	23.5
Suministros	5.9	5.9
Fabricación/Producción	17.6	47.1
Comercial/Marketing	-	-
Servicios	-	5.9
Varios	17.6	11.8
NS/NC	41.2	5.9

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES

Distribución Geográfica

Las empresas cooperantes están distribuidas no sólo entre su municipio y comunidad autónoma² sino por las distintas comunidades, especialmente en Andalucía, así como por Europa.

Localización Geográfica de los cooperantes (% vertical con respuesta múltiple)

. En el mismo termino municipal	35.7
. Dentro de su comunidad	28.6
. En otras Comunidades Autónomas	64.3
- Andalucía	55.6
- Cataluña	33.3
- C. Valencia	33.3
- Madrid	44.4
- País Vasco	11.1
. A nivel internacional	14.3
- Francia	50.0
- Resto de Europa	50.0

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

²Ejemplo: La empresa CUBIERTAS Y MZOV, S.A. dedicada a la construcción de viviendas tiene en Albacete una sede con 188 empleados y otra en Toledo con 150 empleados)

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Estructura empresarial / Socioeconómica

El tamaño de las empresas, es una vez más pequeño; un 48 % no superan los 20 empleados. La facturación es casi la mínima suficiente para mantenerse vivas en un mercado tan competitivo como es el de este subsector (un 29,6% no pasan los 200 millones)

Número de empresas consultadas 54 Sobre 405 empresas del sector

Tamaño empresas:

Menos de 10 Empleados	14.8
Entre 10 y 19	48.1
Entre 20 y 29	5.6
Entre 30 y 59	16.7
Más de 59	14.8

Facturación anual aproximada

- de 100 millones	9.3
de 100 a 200 millones	29.6
de 201 a 999 millones	20.4
+ 999 millones	5.6
NS/NC	35.2

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. **CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES**

Estructura empresarial

Las perspectivas de los empresarios respecto a la tendencia del sector en un futuro inmediato es la de mantenerse estable.

Tendencia de las empresas del sector

Estable	53.7
En declive	29.6
En crecimiento	14.8

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. *CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.*

Estructura del empleo.

El empleo en este subsector está en torno a unas 8000 personas, con carácter estable que es la percepción más extendida entre las diferentes ramas de profesionales consultadas.

Evolución futura del empleo (% Vertical)

	Operarios	Cuadros Medios	Especialistas	Profesionales
Perderá Puestos	22.2	14.8	24.1	13.0
Conservaré estables	63.0	72.2	66.7	75.9
Aumentará	11.1	9.3	7.4	7.4
NS/NC	3.7	3.7	1.9	3.7

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. **CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.**

Estructura del empleo.

Como actividad sometida a ciclos que podríamos llamar de "dientes de sierra", son los operarios y especialistas los puestos que en momentos de fuerte productividad más se necesitan cubrir, como serán los primeros en dejar de trabajar en momentos de crisis.

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

SI 22.2

NO 72.2

Puestos que necesitan:

Técnicos/Directivos	8.3
Especialistas	41.7
Operarios	58.3

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Estructura del empleo.

Desde los directivos al personal auxiliar, pasando por las diferentes categorías profesionales, todos tienen una percepción de estabilidad en su puesto, siendo los obreros especializados los que pueden aumentar la plantilla.

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo. (% Vertical)

	Aumentará	Se mantendrá	Disminuirá	NS/NC
DIRECTIVOS	1.9	94.4	3.7	-
TÉCNICOS	9.3	87.0	3.7	-
ADMINISTRATIVOS	5.6	88.9	5.6	-
SECRETARIAS	1.9	88.9	5.6	3.7
PERSONAL AUXILIAR	1.9	90.7	3.7	3.7
OBREROS	16.7	66.7	14.8	1.9
O.ESPECIALIZADOS	22.2	63.0	13.0	19
CUADROS MEDIOS	3.7	81.5	5.6	9.3

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Estructura del empleo.

No es una rama de actividad donde se demande formación; o mejor dicho no será la necesidad de nuevos conocimientos lo que estimule la incorporación de personas a la empresa. Ahora bien, se demanda formación en contabilidad, medioambiente y dirección de empresas para el personal actual.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	14.4	4.0	-
INFORMÁTICA	12.7	10.3	-
MEDIOAMBIENTE	10.1	17.5	-
DCC.EMPRESAS	10.5	15.4	-
CONTABILIDAD	10.4	18.9	3.2
CONOCIMIENTOS C.E.	13.9	7.9	2.4
EXPORTACIÓN	15.2	2.8	-
LOGÍSTICA	11.2	10.1	-
MARKETING	11.2	12.4	4.3
FINANZAS	11.3	13.0	-

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Estructura del empleo.

No es la formación lo que más demandan los empleados de esta actividad, pero podrían dedicar el viernes y sábado para mejorar y actualizar la formación que poseen, un día y medio podrían dedicar a estudiar frente a una tarde que dicen poder utilizar los empleados de otros sectores que sí demandan con más fuerza la necesidad de formación.

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector (% verticales)

	P.Superior	P.Medio	Administrativo	Otros
Viernes y Sábado mañana	11.1	22.2	16.7	7.4
Una tarde por semana	7.4	9.3	9.3	3.7
Dos tardes por semana	7.4	9.3	7.4	1.9
Un día completo por semana	1.9	5.6	-	1.9
Fuera horario laboral	1.9	3.7	1.9	1.9
No formaría	63.0	40.7	53.7	77.8
NS/NC	5.6	7.4	5.6	5.6

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Necesidades de Formación.

Área de Producción.

La necesidad de formación en el área de producción es insignificante.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	<u>Nivel Medio</u>	<u>Nivel Alto</u>
Calidad total	3.7	1.9
Mejora continua	5.6	-
Robótica	-	-
Electrónica	-	-
Just in time	-	-
Informática	5.6	1.9
Compras	3.7	-
Logística	1.9	-
Media de Respuesta Negativa.	97.4	99.5

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Necesidades de Formación.

Área de Administración y Dirección.

Se solicita apoyo formativo en la "Gestión y Dirección de empresas" e "Informática", tanto por los técnicos como por los directivos encuestados.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Informática	29.6	13.0
Idiomas	11.1	3.7
Organización	16.7	13.0
Gestión y dirección de empresas	16.7	16.7
Logística	5.6	5.6
Medio Ambiente	11.1	5.6
Finanzas	5.6	3.7

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Necesidades de Formación.

Área Comercial.

Son las técnicas de marketing y ventas la formación que más se demanda entre los trabajadores del sector.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuestas afirmativas)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Marketing	18.5	13.0
Ventas	16.7	9.3
Logística	3.7	5.6
Comercio Exterior	3.7	7.4

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.3. *CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.*

Perspectivas y tendencias

Tendencias del sector.

La percepción sobre la situación del sector entre las empresas consultadas (54) es de estabilidad en un 53.7%, en declive casi un 30%.

Este sector, al igual que el anteriormente analizado, está mediatizado, sometido a los ciclos económicos por los que atraviesa la Economía, no solo de la comunidad sino la nacional, y cada vez más la internacional.

Este sector, igual que el de Material de Construcción/Cerámica/Vidrio, esta muy influenciado por la cercanía de Madrid, se generan puestos de trabajo, si bien desplazando a las personas diariamente a Madrid, desvirtuando así, el volumen de trabajo que este sector genera en la propia comunidad castellano-manchega.

Se demanda especialistas (41.7) y operarios (58.3), puestos difíciles de ocupar, si se tiene en cuenta que son puestos que requieren una formación profesional desprestigiada, y por consiguiente poco seguida por la población estudiantil, (La población estudiantil de FP está por debajo incluso de la media nacional), y son puestos reservados, todavía hoy a la población masculina siendo esta otra dificultad más, ya que es una de las Comunidades con mayor número de mujeres en edad de trabajar, a las que no se les ha dejado acceder a esa formación profesional propia de hombres.

Es una área de actividad, que se ha visto fuertemente impulsada por el cambio estructural hacia la modernización que ha llevado a cabo la agricultura, generando mayor bienestar social; la mejora de las comunicaciones: plan nacional de autovías, tren de alta velocidad, ha atraído a "empresarios - contratistas" a desarrollar esta actividad (edificación-construcción) que ha contado, además, con fuertes apoyos públicos.

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Perspectivas y tendencias

Así, la amenaza de este sector es el quedar desprotegido por la administración, que a fuerza de subvenciones ha activado la producción, la oportunidad es darles a conocer a estos "empresarios" surgidos del oportunismo, el aprendizaje de las pautas de competitividad.

Los recursos humanos reclaman formación en contabilidad (será el nuevo Plan Contable) y finanzas, Medioambiente, marketing e informática, dedicando viernes y sábado por la mañana para la ampliación de sus conocimientos.

Es un sector donde resalta entre los distintos colectivos de empleados su respuesta negativa hacia la formación (media de 58.8%)

3.3. CONST. INMUEBLES/INSTALACIONES/MONTAJES.

Conclusiones

Este sector se ha visto fuertemente impulsado por el sector público. No sólo por financiar obras que proporcionan empleo asalariado (tren de alta velocidad, polígonos industriales Puerto Llano, etc.) sino también por absorber la mano de obra rural sobrante por el cambio estructural de la agricultura.

Este impulso se refleja en la creación de empresas del sector, cuyos empresarios y directivos tienen una escasa cualificación, y lo que es más grave creen no necesitar mejorar su formación.

Ahora bien la mejora del bienestar social que en pocos años han conseguido, su deseo de no perderlo, así como el saber que están en un punto estratégico geográficamente hablando, hace que se despierten necesidades formativas como:

	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
AREA DE PRODUCCIÓN	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA -INFORMÁTICA -COMPRAS	
AREA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	-INFORMÁTICA -ORGANIZACIÓN -GESTIÓN Y Dec. EMPRESAS -MEDIOAMBIENTE	-INFORMÁTICA -ORGANIZACIÓN -GESTIÓN Y Dec. EMPRESAS
AREA COMERCIAL	-MARKETING -VENTAS	-MARKETING -VENTAS -COMERCIO EXTERIOR

Así, se observa que la demanda de formación está en línea con lo que se podría llamar formación empresarial. Su objetivo es ser un EMPRESARIO.

3.4.15 TEXTIL, CUERO Y CALZADO.

Es un sector de fuerte tradición en la Comunidad, ahora bien, el nivel de producción a nivel nacional no es demasiado significativo.

PRODUCCIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS COLINDANTES POR GRUPOS INDUSTRIALES (punto 3.4, 3.5)

TEXTILES, CUERO Y CALZADO

Comunidades Autónomas	Valor total	V.A.B.	% V.A.B. Sobre valor producción	Número empleos	V.A.B.(cf) por empleo (miles ptas)
ANDALUCÍA	176.124	70.656	40.1	34.864	2.027
ARAGÓN	93.657	38.201	40.8	17.271	2.212
CASTILLA LEÓN	76.328	32.878	43.1	14.789	2.223
C. VALENCIANA	719.788	266.247	37.0	109.606	2.429
EXTREMADURA	13.155	6.691	50.9	3.951	1.693
MADRID	203.316	83.766	41.2	30.661	2.732
MURCIA	73.509	24.258	33.0	9.845	2.464
CASTILLA LA MANCHA	172.667	67.036	38.8	34.642	1.935

Fuente: Renta Nacional de España 1989 (18ª edición):

3.4.15 TEXTIL, CUERO Y CALZADO.

La localización geográfica de la actividad productiva es el resultado de una serie de factores económicos y extra económicos, por ello una vez más se ve la desigual e irregular distribución y el mantenimiento de la dicotomía existente en la comunidad Castellano Manchega.

Son: Albacete, la provincia más cercana a la zona levantina, referente del subsector calzado y Toledo, como zona periférica al conglomerado madrileño, las de mayor representación en el sector.

La zona de Almansa (en Albacete) concentra más de 100 empresas del calzado. Entre un 40 ó 50 % de la mano de obra está directa o indirectamente con esta industria; la zona de Fuensalida (Toledo) reúne más de 30 empresas.

Localización del sector en su Comunidad Autónoma (% Horizontal)

	TEXTIL	PIEL Y CALZADO
Albacete	29.6	59.3
Ciudad Real	18.5	1.9
Cuenca	3.7	1.9
Guadalajara	-	-
Toledo	48.1	37.0

Fuente: E.O.I., *Telémárketing 1994*

3.4.15 TEXTIL, CUERO Y CALZADO.

Estructura del empleo

Este sector es uno de los reconocidos como propios de "economía sumergida"; de ahí que el número oficial de empleos sea de unos 17.500, si bien el número de empleos inducidos es mucho mayor. A título de ejemplo, la existencia de talleres auxiliares de confección que prestan servicios a grandes firmas que no radican en la Comunidad generan gran productividad, emplean hogares enteros y no constan estadísticamente de manera oficial.

Número de empleados:	17.496
Distribución del empleo:	
En empresas de hasta 10 empleados	735
Entre 11 y 50	5354
Más de 50	3909

Fuente: Elaboración propia a partir del Directorio Industrial de Castilla-La Mancha editado por el IMPI:

3.4.15 TEXTIL, CUERO Y CALZADO.

Estructura empresarial

El número de empresas es relevante y significativa su reducida estructura. Empresas de carácter artesanal con escasa y difícil aplicación de nuevas tecnologías por su falta de capitalización.

Número de empresas consultadas 105

Número de empresas en el sector 647

Tamaño empresas:

	Textil	Cuero Calzado
Menos de 10 Empleados	130	148
Entre 10 y 19	296	352
Entre 20 y 29	167	148
Entre 30 y 59	370	241
Más de 59	37	111
Facturación anual		
- de 100 millones	426	259
de 100 a 200 millones	185	259
de 201 a 999 millones	130	259
+ de 999 millones	-	19
NS/NC	259	204

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.4. TEXTIL.

Estructura Socioeconómica

El dinamismo positivo de la industria textil es evidente, crece la producción y se registran más personas ocupadas en el TEXTIL.

	1988	1989	1990	1991
Producción bruta (MM Ptas)	37.059	43.236	43.619	48.963
Valor Añadido (MM Ptas)	18.817	21.433	21.986	24.976
Coste de Personal (MM Ptas)	11.496	12.204	14.082	16.696
Personas Ocupadas (MM Ptas)	13.716	13.327	13.735	14.452

Fuente: Encuesta Industrial 1988-1991

3.4. TEXTIL, CUERO Y CALZADO.

Necesidades de Empresa

El predominio de empresas de pequeña dimensión y escasa capitalización hace necesaria la subcontratación.

El alto porcentaje de subcontratación en fabricación o producción es un reflejo de cómo están las empresas del sector, ellas son las subcontratadas por otras compañías de marcas relevantes.

**Subcontratación actual o inmediata de procesos de suministro,
fabricación o distribución.
(% vertical)**

NO 72.2
SI 25.9

	<u>PRESENTE</u>	<u>FUTURO</u>
Transporte/Distribución	7.1	-
Fabricación/Producción	78.6	78.6
NS/NC	14.3	21.4

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.4. TEXTIL.

Necesidades de empresa.

Los acuerdos de cooperación son escasos; existe una fuerte competencia en el sector.

Acuerdos de cooperación con otras empresas. (% Vertical con respuesta múltiple)

NO 81.5

SI 18.5

Comerciales	50.0
--------------------	------

Servicios	10.0
------------------	------

Técnica	50.0
----------------	------

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.4. TEXTIL.

Distribución Geográfica

Las dos comunidades de donde parte la cooperación son Cataluña y Madrid; es decir, donde están situadas las grandes firmas de la industria TEXTIL.

Localización Geográfica de los cooperantes (% vertical con respuesta múltiple)

. En el mismo término municipal	40.0
. En su Comunidad Autónoma	10.0
. En otras Comunidades	60.0
- Cataluña	33.3
- Madrid	16.7

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.4. TEXTIL.

Estructura empresarial

La percepción de declive entre los empresarios es muy alta, son conscientes de las deficiencias estructurales que arrastran.

Tendencia de las empresas del sector

Estable	35.2
En declive	51.9
En crecimiento	11.1

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.4. TEXTIL.

Estructura del empleo.

Curiosamente, la percepción sobre la evolución futura del empleo es de estabilidad, aunque los operarios (más de 60%) ven peligrar sus puestos de trabajo.

Evolución futura del empleo (% Vertical)

	Operarios	Cuadros Medios	Especialistas	Profesionales
Perderá Puestos	61.1	20.4	22.2	14.8
Conservaré estables	33.3	68.5	66.7	70.4
Aumentará	3.7	3.7	9.3	9.3
NS/NC	1.9	7.4	1.9	5.6

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.4. TEXTIL.

Estructura del empleo.

Parece contradictorio el temor a perder el puesto de trabajo entre los operarios cuando se precisa en más de un 55% cubrir ese puesto.

¿Nos indicará la rotación de mano de obra en el sector?

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

SI 31.5

NO 68.5

Puestos que necesitan:

Técnicos/Directivos	5.9
Especialistas	29.4
Operarios	58.8
NS/NC	17.6

3.4. TEXTIL.

Estructura del empleo.

Según el tipo de trabajo desarrollado, el directivo, gerente -el dueño- es el que con más rotundidad afirma mantener su trabajo (92.6%), aunque el resto de los grupos profesionales también se sienten seguros.

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo. (% Vertical)

	Aumentará	Se mantendrá	Disminuirá	NS/NC
DIRECTIVOS	5.6	92.6	1.9	-
TÉCNICOS	9.3	81.5	3.7	5.6
ADMINISTRATIVOS	5.6	79.6	5.6	9.3
SECRETARIAS	3.7	81.5	5.6	9.3
PERSONAL AUXILIAR	7.4	66.7	9.3	16.7
OPERARIOS	24.1	50.0	24.1	1.9
O.ESPECIALIZADOS	24.1	66.7	9.3	-
CUADROS MEDIOS	5.6	79.6	5.6	9.3

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.4. TEXTIL.

Estructura del empleo.

Se percibe en el sector una desmotivación o escaso reconocimiento de necesidad de formación.

En cualquier caso, la tendencia es formar al personal que ya tienen en temas de comercio exterior e informática, preferentemente, antes que llevar a cabo nuevas incorporaciones.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	87.0	7.4	5.6
INFORMÁTICA	61.1	33.3	5.6
MEDIOAMBIENTE	94.4	3.7	1.9
DCC.EMPRESAS	81.5	16.7	1.9
CONTABILIDAD	87.0	5.6	5.6
CONOCIMIENTOS C.E.	61.0	31.5	5.6
EXPORTACIÓN	70.4	22.2	7.4
LOGÍSTICA	79.6	13.0	5.6
MARKETING	81.5	13.0	5.6
FINANZAS	87.0	7.4	3.7

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.4. TEXTIL.

Estructura del empleo.

El alto desinterés por la formación en relación con el trabajo que realizan, puede ser reflejo de la escasa vinculación que el trabajador tiene con la empresa; así como la idea tan extendida de que la especialización de la mano de obra en este sector es mínima. Ahora bien, el que desea y demanda formación dice poder dedicar, o estar dispuesto a hacerlo principalmente entre el viernes y el sábado por la mañana.

**Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector
(% verticales)**

	P.Superior	P.Medio	Administrativo	Otros
Viernes y Sábado mañana	13.0	18.5	13.0	-
Una tarde por semana	11.1	5.6	1.9	-
Dos tardes por semana	5.6	9.3	7.4	1.9
Un día completo por semana	1.9	1.9	1.9	1.9
Fuera horario laboral	9.3	7.4	7.4	3.7
No formaría	53.7	53.7	61.1	88.9
NS/NC	-	3.7	1.9	-

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.4. TEXTIL.

Necesidades de Formación.

Área de Producción.

En la actividad textil, se demanda formación entre el colectivo de encuestados que trabajan en producción en "Mejora continua" y "Calidad total", principalmente.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Calidad total	24.1	11.1
Mejora continua	25.9	9.3
Robótica	11.1	-
Electrónica	16.7	-
Just in time	3.7	-
Informática	13.0	-
Compras	7.4	3.7
Logística	5.6	1.9

3.4. TEXTIL.

Necesidades de Formación.

Área de Administración y Dirección.

Es el módulo de "Gestión y dirección de empresas" el más solicitado para los directivos encuestados dentro de la actividad textil.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Informática	18.5	9.3
Idiomas	5.6	1.9
Organización	5.6	7.4
Gestión y dirección de empresas	7.4	11.1
Logística	3.7	1.9
Medio Ambiente	3.7	3.7
Finanzas	7.4	9.3

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.4. TEXTIL.

Necesidades de Formación.

Área Comercial.

La necesidad de ampliar conocimientos en "Comercio exterior", "Ventas y Marketing" es más que evidente entre los comerciales del sector.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuestas afirmativas)

	<u>Nivel Medio</u>	<u>Nivel Alto</u>
Márketing	13.0	11.1
Ventas	14.8	11.1
Logística	5.6	3.7
Comercio Exterior	13.0	22.2

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.4. TEXTIL.

Perspectivas y tendencias

Tendencias del sector.

La percepción de las empresas consultadas sobre las perspectivas futuras no son nada favorables, más del 50 % consideran el sector textil de la región en crisis.

La estructura empresarial es fundamentalmente PYMES, muy especializadas pero poco tecnificadas y una facturación no superior a los 100 millones en más de un 40% de ellas.

La previsión de aumento de plantilla es difícil de cuantificar o evaluar con los datos disponibles, ya que nos hablan de un sector en declive pero con necesidad de incorporar obreros operarios y obreros especializados, grupos estos que perciben su realidad laboral confusa pues señalan una disminución significativa en el tipo de trabajo que realizan.

Los recursos humanos en este sector sienten la necesidad de ampliar conocimientos en Comercio Exterior y Exportación, además de Dirección Empresas, Informática, lo que deja traslucir la necesidad empresarial de abrirse al exterior y de abandonar la "economía doméstica".

El tiempo que dicen poder dedicar a la formación es viernes y sábado por la mañana.

3.4. TEXTIL.

Conclusiones

La situación del sector en la comunidad es delicada; sus diferencias estructurales, la escasa capitalización, la falta de potencial de crecimiento endógeno debido, principalmente, al control externo (de la comunidad) de su estructura productiva induce a pensar la necesidad urgente de reactivarlo.

Es imprescindible la renovación tecnológica del sector, mejorar y modernizar la organización empresarial y gestión de producción, definir políticas de márketing más agresivas promoviendo la diferencia de sus productos vía calidad y marcas de prestigio, introduciéndolos así en las economías de escala.

Parece claro, que estas necesidades son detectadas por los consultados, ya que la formación solicitada por los cuadros medios y superiores de las diferentes áreas de actividad en el sector son:

	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
ÁREA DE PRODUCCIÓN	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA -INFORMÁTICA -ELECTRÓNICA	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA
ÁREA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	-INFORMÁTICA -FINANZAS -GESTIÓN Y Dcc. EMPRESAS	-INFORMÁTICA -ORGANIZACIÓN -GESTIÓN Y Dcc. EMPRESAS -FINANZAS
ÁREA COMERCIAL	-MARKETING -VENTAS -COMERCIO EXTERIOR	-MARKETING -VENTAS -COMERCIO EXTERIOR

Queda claro la necesidad de mejorar la producción con la aplicación sistemática de CALIDAD.

Es imprescindible la formación en gestión y organización empresarial.

Hay que conseguir potenciar las estructuras de gestión y comercialización de las empresas.

3.5. CUERO Y CALZADO.

Estructura Socioeconómica

Este subsector maduro y artesanal mantiene una línea ascendente en su productividad e incrementa el número de personas ocupadas.

	<u>1988</u>	<u>1989</u>	<u>1990</u>	<u>1991</u>
Producción bruta (MM Ptas)	27.712	23.441	24.274	29.795
Valor Añadido (MM Ptas)	8.998	8.673	8.439	10.109
Coste de Personal (MM Ptas)	4.819	4.737	5.311	6.422
Personas Ocupadas (MM Ptas)	4.201	4.181	4.062	4.496

Fuente: Encuesta Industrial 1988-1991

3.5. CUERO Y CALZADO.

Necesidades de Empresa

La tendencia negativa en la subcontratación es muy evidente, el volumen de negocio, en esta industria evidentemente familiar hace que todos los miembros colaboren y que la subcontratación sea significativa exclusivamente en lo que es Suministros (herramientas para trabajar).

Es curioso observar que para el futuro la subcontratación se piense realizar en Producción/Fabricación en un 50%, ¿será que el núcleo familiar los padres/empresarios son muy mayores y los herederos no trabajan en el, manteniéndose como propietarios pero viéndose forzados a subcontratar.

**Subcontratación actual o inmediata de procesos de suministro,
fabricación o distribución.
(% vertical)**

NO 85.2
SI 14.8

	PRESENTE	FUTURO
Transporte/Distribución	-	12.5
Suministros	12.5	12.5
Fabricación/Producción	-	50.0
NS/NC	87.5	25.0

Fuente: E:O:I., Telemárketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Necesidades de empresa.

Los acuerdos de cooperación detectados son especialmente de Comercialización (externa) de los productos e Investigación y Desarrollo (¿Cuales son las necesidades del mercado?).

Acuerdos de cooperación con otras empresas. (% Vertical con respuesta múltiple)

NO 85.2

SI 14.8

Comerciales	37.5
Formación	12.5
Técnica	25.0
Investigación y Desarrollo	25.0
Servicios	12.5

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Distribución Geográfica

Se puede decir, que existen comarcas enteras dedicadas a esta actividad: Zona de Almansa en Albacete y la zona de Fuensalida Toledo.

Es la comunidad Valenciana, la que está plenamente implicada en el desarrollo de este subsector, así las infraestructuras en el campo del transporte y las comunicaciones (N-II Albacete-Alicante) están vinculadas y justificadas en el sostenimiento y promoción del sector.

Localización Geográfica de los cooperantes (% vertical con respuesta múltiple)

. En el mismo término municipal	50.0
. En su Comunidad Autónoma	12.5
. En otras comunidades	25.0
. Comunidad Valenciana	100.0

Fuente: E:O:I, Telemarketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Estructura empresarial

La percepción sobre la situación del sector es de estabilidad, con connotaciones pesimistas de declive.

Tendencia de las empresas del sector

Estable	57.4
En declive	33.3
En crecimiento	9.3

Fuente: E:O:I., Telemarketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Estructura del empleo.

En relación con el empleo, es uno de los sectores analizados donde, a penas predomina la estabilidad, la tendencia a disminuir puestos de trabajo entre las diferentes categorías profesionales es más alta (entre un 20 y 38%)

Evolución futura del empleo (% Vertical)

	Operarios	Cuadros Medios	Especialistas	Profesionales
Perderá Puestos	38.9	20.4	31.5	27.8
Conservaré estables	50.0	53.7	51.9	55.6
Aumentará	5.6	11.1	11.1	11.1
NS/NC	5.6	14.8	5.6	5.6

Fuente: E:O:I., Telemárketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Estructura del empleo.

Paradójicamente se dice necesitan cubrir puestos de operarios y especialistas.

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

SI 40.7
NO 59.3

Puestos que necesitan:

Técnicos/Directivos	4.5
Especialistas	45.5
Operarios	63.6
NS/NC	4.5

3.5. CUERO Y CALZADO.

Estructura del empleo.

Así, de incrementar la plantilla será entre los operarios y obreros especialistas, lo que lleva a pensar en una reordenación del sector y su apertura al exterior, no sólo del país sino a la Comunidad Europea.

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo. (% Vertical)

	Aumentará	Se mantendrá	Disminuirá	NS/NC
DIRECTIVOS	1.9	96.3	1.9	-
TÉCNICOS	3.7	81.5	1.9	13.0
ADMINISTRATIVOS	3.7	88.9	1.9	5.6
SECRETARIAS	-	66.7	1.9	31.5
PERSONAL AUXILIAR	14.8	59.3	5.6	20.4
OPERARIOS	27.8	53.7	16.7	1.9
O.ESPECIALIZADOS	22.2	63.0	13.0	1.9
CUADROS MEDIOS	5.6	79.6	3.7	11.1

Fuente: E:O:I., Telemarketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Estructura del empleo.

Una vez más, se manifiesta el deseo/necesidad de formar a las personas en plantilla por encima de realizar nuevas incorporaciones. La formación más demandada está en línea con la idea de abrir fronteras y de ir incorporándose a la Comunidad Europea. Necesidad de conocer los entresijos del Comercio exterior, dominar idiomas y técnicas de marketing.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

	SI		
	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	70.4	24.1	5.6
INFORMÁTICA	64.8	27.8	7.4
MEDIOAMBIENTE	94.4	3.7	1.9
DCC.EMPRESAS	81.5	16.7	1.9
CONTABILIDAD	79.6	14.8	3.7
CONOCIMIENTOS C.E.	57.4	38.9	3.7
EXPORTACIÓN	61.1	27.8	9.3
LOGÍSTICA	81.5	14.8	3.7
MARKETING	72.2	22.2	5.6
FINANZAS	79.6	14.8	3.7

Fuente: E:O:I., Telemarketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Estructura del empleo.

Los esfuerzos para formarse serían fuera del horario laboral o una tarde a la semana.

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector (% verticales)

	P.Superior	P.Medio	Administrativo	Otros
Viernes y Sábado mañana	11.1	13.0	14.8	3.7
Una tarde por semana	14.8	16.7	14.8	11.1
Dos tardes por semana	3.7	7.4	9.3	1.9
Un día completo por semana	3.7	3.7	3.7	-
Fuera horario laboral	18.5	14.8	16.7	11.1
No formaría	35.2	25.9	25.9	57.4
NS/NC	11.1	16.7	13.0	14.5

Fuente: E:O:I., Telemárketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Necesidades de Formación.

Área de Producción.

Los "planes de mejora continua" y "calidad total" es la formación más solicitada. También pero a larga distancia se reclama formación en "Informática" y "Robótica".

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Calidad total	44.4	13.0
Mejora continua	50.0	9.3
Robótica	16.7	7.4
Electrónica	7.4	7.4
Just in time	7.4	9.3
Informática	16.7	11.1
Compras	11.1	7.4
Logística	11.1	9.3

Fuente: E:O:I, Telemarketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Necesidades de Formación.

Área de Administración y Dirección.

La carencia de formación en "Idiomas" e "Informática" es evidente una vez más entre el colectivo encuestado; así como la necesidad de mejorar los conocimientos en "organización y gestión de empresas".

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Informática	29.6	16.7
Idiomas	37.0	14.8
Organización	20.4	7.4
Gestión y dirección de empresas	20.4	13.0
Logística	5.6	3.7
Medio Ambiente	1.9	3.7
Finanzas	13.0	9.3

3.5. CUERO Y CALZADO.

Necesidades de Formación.

Área Comercial.

Es "comercio exterior", tecnicas de ventas y "marketing", la formación más reclamada.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
.....
(% de respuestas afirmativas)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Márketing	22.2	20.4
Ventas	24.1	11.1
Logística	13.0	13.0
Comercio Exterior	20.4	25.9

Fuente: E:O:I., Telemárketing 1994

3.5. CUERO Y CALZADO.

Conclusiones

El carácter maduro de este subsector, que adolece de una serie de problemas estructurales:

- tamaño empresarial
- cualificación mano de obra
- procedencia de la mano de obra
- tecnología aplicada
- mercado interno (potencial endógeno)
- etc.

y la falta de capitalización (tiene difícil acceso al capital barato) le hacen muy sensible a las crisis, y nos da en estos momentos una imagen estacionada, cuando la tendencia tendría que ser de crecimiento, de industria pujante.

La demanda interna de la región es pequeña debido a la escasa población, y al difícil, todavía hoy acceso a los grandes centros urbanos, dada la gran expansión geográfica y la falta de comunicación entre los pueblos y ciudades de la propia comunidad.

Al mismo tiempo esta demanda interna es poco exigente, tiene pocas necesidades precursoras lo que está incidiendo en la iniciativa de competitividad del sector de manera desfavorable.

Los escasos conocimientos comerciales, la planificación de estrategias a corto plazo (de índole oportunista), la utilización de maquinarias provenientes de países comunitarios, la visión de empresa doméstica, etc. nos diseñan un sector con necesidad urgente de ser apoyado en su reconversión, ya que tiene potencial.

Son conscientes los trabajadores del sector, de sus carencias; ven las oportunidades que la incorporación a la Comunidad Europea les ofrece y por ello demandan formación que le posibilite comercializar sus productos.

3.5. CUERO Y CALZADO.

Conclusiones

Así demandan formarse como verdaderos empresarios. Como un empresario que le preocupa el presente pero que está mirando y planificando el futuro; para ello solicita apoyo formativo en:

	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
AREA DE PRODUCCIÓN	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA	-CALIDAD TOTAL -INFORMATIVA
AREA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	-INFORMATIVA -ORGANIZACIÓN -GESTIÓN Y Dec. EMPRESAS -IDIOMAS	-INFORMATIVA -IDIOMAS -GESTIÓN Y Dec. EMPRESAS
AREA COMERCIAL	-MARKETING -VENTAS -COMERCIO EXTERIOR	-MARKETING -VENTAS

Las carencias formativas, dispuestos a subsanar dedicando una tarde a la semana o formamandose fuera de su jornada laboral son inminentemente de gerencia y comercialización.

3.6. MOBILIARIO Y MADERA

Distribución Geográfica

En algunos casos es difícil explicar los factores influyentes en la localización de la actividad en una provincia u otra.

Este es un sector muy ligado a los recursos naturales y a la tradición familiar -artesanal-.

Y será la tradición lo que hace que perdure esta actividad en la provincia de Toledo y Albacete; antaño los recursos naturales serían muy cuantiosos, hoy la deforestación y erosión del suelo dificultan el desarrollo de esta actividad.

Localización del sector en su Comunidad Autónoma (% vertical)

Albacete	27.8
Ciudad Real	9.3
Cuenca	9.3
Guadalajara	5.6
Toledo	48.1

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA

Estructura Socioeconómica

La Comunidad Castellano Manchega en este sector aporta un peso significativo el VAB.

Muy por encima, está la Comunidad Valenciana, centro de decisión de la industria de este sector quedando en evidencia uno de los rasgos de la industria Castellano Manchega: su dependencia extrarregional.

**Producción de las comunidades autónomas colindantes en el
grupo industrial (Millones Ptas.)
MADERA CORCHO Y MUEBLES**

Comunidades Autónomas	Valor total	V.A.B.	% Sobre valor de la Producción	Número de empleos	V.A.B. por empleo (miles ptas)
Andalucía	78.436	35.299	45.0	20.006	1.764
Aragón	43.143	17.526	40.6	7.516	2.332
Castilla León	67.258	27.026	40.2	13.548	1.995
C. Valenciana	266.809	106.913	40.1	49.344	2.167
Extremadura	9.478	4.396	46.4	2.792	1.574
Madrid	102.576	43.595	42.5	18.302	2.382
Murcia	40.995	15.906	38.8	8.649	1.839
Castilla La Mancha	58.966	23.145	39.3	12.808	1.807

Fuente: Renta Nacional 1989

3.6. MOBILIARIO Y MADERA

Estructura socioeconómica

Es claro en los cuatro años que se presentan, el dinamismo productivo del sector.

La producción se ha visto fuertemente incrementada, no así el número de personas ocupadas que se mantiene estabilizado.

Es un sector maduro donde se podría decir que estos años ha estado más por la reestructuración y modernización que por la expansión.

	1988	1989	1990	1991
Producción bruta (MM pts)	33.042	41.316	45.453	53.147
Valor añadido (MM pts)	12.183	15.558	16.718	20.259
Costes de Personal (MM pts)	7.184	8.967	9.845	11.623
Personas ocupadas (MM pts)	8.997	8.997	8.785	8.956

Fuente: Encuesta Industrial 1988 - 1991 INE

3.6. MOBILIARIO Y MADERA

Necesidades de Empresa

Las perspectivas de esta rama de actividad parece indicar una expansión de está, a través de la subcontratación (37%), sobre todo en los servicios de producción.

**Subcontratación actual o inmediata de procesos de suministro,
fabricación o distribución.
(% vertical)**

NO 63.0
SI 37.0

	PRESENTE	FUTURO
Transporte/Distribución	20.0	-
Suministros	20.0	-
Fabricación/Producción	50.0	10.0

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA

Necesidades de empresa.

Mientras la subcontratación es positiva, la cooperación es muy pobre, aunque para la comercialización se establecen acuerdos entorno al 50%.

Acuerdos de cooperación con otras empresas. (% Vertical con respuesta múltiple)

NO 81.5

SI 18.5

Comerciales	50.0
Formación	20.0
Técnica	10.0
Investigación y Desarrollo	20.0

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA

Distribución Geográfica

La cooperación que se da sobre todo en el área comercial, se produce con empresas situadas en Extremadura (mercado Portugal) y Madrid (mercado nacional).

Localización Geográfica de los cooperantes

. En el mismo término municipal	20.0
. En su comunidad autónoma	20.0
. En otras comunidades autónoma	60.0
- Extremadura	16.7
- Madrid	16.7

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Estructura empresarial

Una vez más, nos encontramos con empresas de reducido tamaño -familiar- con dificultades de capitalización y de escasa/nula tecnología punta, así es un sector inminentemente artesano.

Número de empresas consultadas	54
Sobre 370 del sector.	
Tamaño empresas:	
Menos de 10 Empleados	5.6
Entre 10 y 19	44.4
Entre 20 y 29	13.0
Entre 30 y 59	22.2
Más de 59	14.8
Facturación anual aproximada:	
- de 100 millones	25.9
de 100 a 200 millones	31.5
de 201 a 999 millones	16.7
+ de 999 millones	3.7
NS/NC	22.2

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA

Estructura empresarial

La percepción de los empresarios del sector consultados es de estabilidad o de retroceso. El sector está demandando acciones que hagan salir del adormecimiento y abra vías que permitan sino crecer, sí mantener la actual tasa de actividad

Tendencia de las empresas del sector

Estable	46.3
En declive	38.9
En crecimiento	14.8

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA

Estructura del empleo

El mayor número de empleos en el sector se concentra en empresas que no alcanzan los 30 empleados; lo que en otras áreas de actividad podría significar utilización de tecnología punta, aquí en esta comunidad nos habla de una industria familiar, traspasada de padres a hijos con escasa cualificación empresarial y de nuevas técnicas.

Número de empleos	12.808
--------------------------	--------

Personas ocupadas:

1988	8.027
1989	8.997
1990	8.785
1991	8.956

Empresas de:

- de 10 empleados	5.6
Entre 10 y 19 empleados	44.4
Entre 20 y 29 empleados	13.0
Entre 30 y 59 empleados	22.2
+ de 59 empleados	14.8

Fuente: Renta Nacional 1989 (BBV), Encuesta Industrial 1988-1991 (INE), Telemarketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Estructura del empleo.

La tendencia predominante es a mantener los puestos de trabajo, dentro de las diferentes escalas profesionales.

Evolución futura del empleo (% Vertical)

	Operarios	Cuadros Medios	Especialistas	Profesionales
Perderá Puestos	31.5	18.5	20.4	13.0
Conservaré estables	44.4	68.5	55.6	61.0
Aumentará	20.4	7.4	18.5	18.5
NS/NC	3.7	5.6	5.6	7.4

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Estructura del empleo.

Es curioso contrastar la tendencia positiva sobre la necesidad de mayor número de mano de obra, sobre todo especialistas y operarios, con la percepción pesimista de estancamiento o declive del sector; no deja de ser paradójico.

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

SI 50.0
NO 48.0

Puestos que necesitan:

Técnicos/Directivos	7.4
Especialistas	51.9
Operarios	74.1
Cuadros medios	7.4

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Estructura del empleo.

La tendencia a mantener la misma plantilla es la que predomina, de incrementarse, sería con personal cualificado, bien especialistas del sector bien en tareas administrativas.

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo. (% Vertical)

	Aumentará	Se mantendrá	Disminuirá	NS/NC
DIRECTIVOS	7.4	88.9	3.7	-
TÉCNICOS	13.0	79.6	1.9	5.6
ADMINISTRATIVOS	25.9	63.0	5.6	5.6
SECRETARIAS	25.9	66.7	3.7	3.7
PERSONAL AUXILIAR	14.8	68.5	3.7	13.0
OBREROS	46.3	37.0	14.8	1.9
O.ESPECIALIZADOS	37.0	59.3	3.7	-
CUADROS MEDIOS	13.0	81.5	3.7	1.9

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Estructura del empleo.

Este sector, es uno de los analizados que da índices más altos sobre la incorporación de nuevo personal. Es evidente que tiende a formar al personal actual, pero no descarta nuevas incorporaciones con formación de dirección de empresas, marketing e idiomas.

Cabe destacar el deseo del personal actual de formarse en medioambiente (su actividad esta muy ligada a la Naturaleza y son conscientes de que ésta necesita rápidos y urgentes cuidados).

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	10.3	11.9	12.5
INFORMÁTICA	11.4	11.0	7.3
MEDIOAMBIENTE	11.9	33.3	7.5
DCC.EMPRESAS	10.5	50.0	14.0
CONTABILIDAD	10.9	15.1	3.2
CONOCIMIENTOS C.E.	13.2	8.5	4.9
EXPORTACIÓN	11.3	11.3	5.9
LOGÍSTICA	10.7	12.7	6.7
MARKETING	9.5	14.3	12.8
FINANZAS	9.5	20.8	3.1

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Estructura del empleo.

El tiempo que dicen poder dedicar a su formación es fuera del horario laboral y a lo sumo una tarde a la semana.

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector (% verticales)

	P.Superior	P.Medio	Administrativo	Otros
Viernes y Sábado mañana	5.6	5.6	7.4	1.9
Una tarde por semana	11.1	9.3	11.1	-
Dos tardes por semana	11.1	11.1	9.3	-
Un día completo por semana	1.9	1.9	1.9	-
Fuera horario laboral	18.5	18.5	18.5	-
No formaría	37.0	38.9	37.0	92.6
NS/NC	7.4	7.4	7.4	5.6

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Necesidades de Formación.

Área de Producción.

Es una vez más la necesidad de formación en "mejora de procesos" y "Calidad total" lo más demandado entre los encuestados del sector.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Calidad total	25.9	20.4
Mejora continua	24.1	20.4
Robótica	5.6	1.9
Electrónica	1.9	-
Just in time	1.9	1.9
Informática	11.1	7.4
Compras	3.7	1.9
Logística	9.3	7.4

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Necesidades de Formación.

Área de Administración y Dirección.

Son los módulos de "organización" y "dirección de empresas" los más demandados entre aquellos que gestionan y dirigen el sector del mueble en la comunidad.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Informática	35.2	24.1
Idiomas	18.5	13.0
Organización	31.5	22.2
Gestión y dirección de empresas	22.2	22.2
Logística	13.0	11.1
Medio Ambiente	-	-
Finanzas	16.7	16.7

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Necesidades de Formación.

Área Comercial.

La necesidad de acercarse a la demanda del mercado y mejorar las ventas, se evidencia en que la formación más solicitada es la de "técnicas de marketing y ventas".

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuestas afirmativas)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Márketing	25.9	18.5
Ventas	18.5	14.8
Logística	9.3	9.3
Comercio Exterior	11.1	9.3

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Perspectivas y tendencias

Dentro de la industria regional es uno de los sectores tradicionales, muy dependiente de los recursos naturales de la región, recursos estos muy degradados lo que conlleva a un estancamiento del sector (46.3 %).

Una de las características de la industria Castellano Manchega está presente en este sector, la reducida dimensión de su estructura empresarial, un 44.4 % no alcanzan los 20 empleados. Esto que podría verse como un elemento competitivo, no lo es ya que no significa incorporación de tecnología sino el carácter artesanal de la industria del mueble.

Otra característica, al menos hasta hoy de esta actividad, es su dependencia extrarregional. Los centros de decisión de la mayoría de sus empresas se encuentran fuera de la región (principalmente región levantina).

Sus mercados son también extrarregionales, entre otras cosas por la reducida demanda interna.

La tendencia actual es la reestructuración y ajuste para aplicar nuevas tecnologías que permitan dar calidad al producto, sin olvidar su carácter tradicional combinándolo con el diseño y su mejor comercialización.

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Conclusiones

El sector de la Madera, Corcho y Mueble está en claro estancamiento y en algunos momentos en retroceso desde hace más de una década.

Los factores que han influido para ello son múltiples, pero hay uno que sobresale y es el carácter familiar - tradicional de la empresa que ha dificultado la inyección económica necesaria para modernizar las técnicas productivas y abaratar costes.

Si bien, el carácter tradicional - artesanal en su momento le ha podido perjudicar, al día de hoy lo artesanal "se lleva" y bien explotado, comercializado puede servir de motor dinamizador en el sector.

Conclusiones en el ámbito de la formación y empleo.

Es curiosa la percepción de estancamiento un 44.4 frente al 14.8 de crecimiento cuando del año 90 al 91 el sector registra 171 personas más ocupadas.

La evolución del empleo en operarios, cuadros medios y obreros especializados se mantiene o crece, siendo los especialistas y operarios los puestos más demandados por el sector.

Subrayar que las nuevas incorporaciones serán contadas, con una formación predominante en Dirección de Empresas, Marketing e Idiomas, si bien la tendencia es a formar al personal existente, en Gestión y Dirección de empresas y en temas medioambientales.

El tiempo que pueden dedicar a Formación, es una tarde o dos por semana y con preferencia fuera del horario laboral.

3.6. MOBILIARIO Y MADERA.

Conclusiones

El personal del sector necesita apoyo formativo principalmente en:

AREA DE PRODUCCIÓN	CALIDAD TOTAL MEJORA CONTINUA INFORMÁTICA LOGÍSTICA
AREA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	INFORMÁTICA ORGANIZACIÓN GESTIÓN Y Dcc. EMPRESAS IDIOMAS FINANZAS
AREA COMERCIAL	MARKETING VENTAS COMERCIO EXTERIOR

Así se puede observar, que la formación que necesitan y demandan sus cuadros técnicos y directivos van en línea de poder comercializar sus productos y mejorar la gestión y producción de la empresa, a la vez que tener una formación sólida como Gestor empresarial (como autentico empresario).

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA

Distribución Geográfica

La actividad productiva de este sector está repartida principalmente en tres de las cinco provincias que forma la comunidad: Albacete, Ciudad Real y Toledo, quedando así, una vez más Cuenca y Guadalajara sin actividad industrial.

Localización del sector en su Comunidad Autónoma (% horizontal)

Albacete	34.0
Ciudad Real	30.0
Cuenca	6.0
Guadalajara	4.0
Toledo	26.0

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA

Estructura socioeconómica

El posicionamiento de este sector a nivel nacional no es demasiado relevante (21%), pero sí para la comunidad ya que es una de las actividades que la alejan de la imagen agraria que le ha caracterizado.

**Producción de las comunidades autónomas colindantes en el
grupo industrial (Miles de Ptas.)
PRODUCTOS METÁLICOS Y MAQUINARIA**

Comunidades Autónomas	Valor total	V.A.B.	% Sobre valor de la Producción	Número de empleos	V.A.B. por empleo (miles ptas)
Andalucía	285.786	135.546	47.4	40.265	3.366
Aragón	296.193	127.406	43.0	32.730	3.893
Castilla León	165.555	76.312	46.1	23.853	3.199
C. Valenciana	400.750	165.699	41.3	49.807	3.327
Extremadura	32.315	12.424	38.4	4.582	2.711
Madrid	935.461	468.853	50.1	129.303	3.626
Murcia	93.971	33.059	35.2	10.485	3.153
Castilla La Mancha	117.374	52.776	45.0	16.900	3.123

Fuente: Renta Nacional 1989 BBV

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA

Necesidades de Empresa

La subcontratación en esta actividad es la más alta registrada en el estudio, lo que induce a pensar que es un sector en expansión.

Subcontratación actual o inmediata de... (% vertical)

NO 48.0
SI 52.0

	<u>PRESENTE</u>	<u>FUTURO</u>
Transporte/Distribución	15.4	-
Suministros	3.8	-
Fabricación/Producción	46.2	19.2
Comercial/Marketing	-	7.7
Servicios	-	-
Varios	3.8	-
NS/NC	30.8	73.1

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA

Necesidades de empresa.

La cooperación, sin embargo, es poco significativa a nivel general, no así en la cooperación de carácter técnico y comercial.

Acuerdos de cooperación con otras empresas. (% Vertical con respuesta múltiple)

NO 86.0

SI 14.0

Comerciales	28.6
Formación	14.3
Técnicos	57.1
Investigación y Desarrollo	14.3

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Estructura empresarial

La actividad desarrollada en el sector (construcciones metálicas, ferrallados, fundición del hierro, cerrajería, fabricación armas blancas, etc.) no parece necesitar de una infraestructura muy grande; pues una vez más se observa que el mayor número de empresas no tienen ni 30 empleados.

En contraposición está:

INTERCLISA CARRIER, S.A. dedicada a la construcción de aparatos de aire acondicionado que cuenta con más de 800 empleados en Guadalajara.

ARCOS HNOS. S.A., dedicada a la fabricación de armas blancas, cuenta con 180 empleados.

Número de empresas 50 Sobre 332 del sector

Tamaño empresas:

Menos de 10 Empleados	14.0
Entre 10 y 19	40.0
Entre 20 y 29	18.0
Entre 30 y 39	16.0
Más de 59	12.0

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994 y Directorio Industrial C-LM del IMPI

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA

Estructura empresarial

La percepción es de estabilidad para unos (40%), mientras cabe resaltar el 20% que habla de crecimiento, que debe estar motivado por el abanico de actividades que abarca este sector.

Probablemente los dedicados a la fabricación de armas blancas estén estables o en retroceso; sin embargo, los que se dediquen a montaje de piezas para la construcción, cerrajes, maquinaria frigorífica, etc. puede que estén en proceso de crecimiento.

Tendencia de las empresas del sector (% vertical)

Establ e	40.0
En declive	34.0
En crecimiento	20.0

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA

Estructura del empleo

Parece, por la evolución positiva del número de empleos, que el sector está en crecimiento (20%) mas que en declive (34%).

Evolución empleo sector (miles ocupados)

Número empleos	16.900
1986	13.4
1987	14.2
1988	16.7
1989	16.6 (provisional)

Fuente: Anuario Estadístico Castilla La Mancha, Renta Nacional 1989 BBV

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Estructura del empleo.

La evolución futura del empleo en este sector es muy optimista, pues parece que todas las categorías profesionales aumentarán su personal empleado.

Evolución futura del empleo (% Vertical)

	Operarios	Cuadros Medios	Especialistas	Profesionales
Perderá Puestos	22.0	14.0	22.0	18.0
Conservará estables	40.0	52.0	40.0	30.0
Aumentará.	34.0	28.0	32.0	28.0
NS/NC	4.0	6.0	6.0	24.0

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Estructura del empleo.

La tendencia positiva en el empleo es de un 56%, siendo los puestos de Operarios y Especialistas los de mayor ocupación.

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

SI 56.0

NO 42.0

Puestos que necesitan:

Técnicos/Directivos	3.6
Especialistas	53.6
Operarios	64.3
Cuadros medios	7.4

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Estructura del empleo.

Así el aumento de plantilla en estas empresas vendrá de la mano de los Obreros Especialistas y Técnicos.

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo. (% Vertical)

	Aumentará	Se mantendrá	Disminuirá	NS/NC
DIRECTIVOS	4.0	88.0	6.0	2.0
TÉCNICOS	38.0	58.0	4.0	-
ADMINISTRATIVOS	17.0	80.0	8.0	-
SECRETARIAS	10.0	70.0	4.0	16.0
PERSONAL AUXILIAR	12.0	68.0	6.0	14.0
OBRREROS	50.0	30.0	18.0	2.0
O.ESPECIALIZADOS	46.0	40.0	12.0	2.0
CUADROS MEDIOS	14.0	82.0	2.0	2.0

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Estructura del empleo.

La necesidad de incrementar los recursos humanos está ligada a las necesidades detectadas de nuevos conocimientos.

Se buscará nuevo personal con formación en conocimientos de la Comunidad Europea, Idiomas y Exportación.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

	NO	SI	
		Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	9.2	8.9	18.8
INFORMÁTICA	9.1	11.0	12.2
MEDIOAMBIENTE	9.8	8.8	15.0
DCC.EMPRESAS	10.5	9.0	5.9
CONTABILIDAD	10.4	5.7	9.7
CONOCIMIENTOS C.E.	8.4	10.4	22.0
EXPORTACIÓN	9.6	6.6	17.6
LOGÍSTICA	9.2	13.9	6.7
MARKETING	10.7	5.7	12.8
FINANZAS	8.5	15.6	15.6
OTROS	9.8	16.7	-

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Estructura del empleo.

Una vez más, la formación será realizada fuera del horario laboral, y a lo sumo podrían dedicar la tarde del viernes y el sábado por la mañana para ello.

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector (% verticales)

	P.Superior	P.Medio	Administrativo	Otros
Viernes y Sábado mañana	18.0	18.0	18.0	16.0
Una tarde por semana	8.0	8.0	6.0	4.0
Dos tardes por semana	14.0	16.0	16.0	14.0
Un día completo por semana	4.0	4.0	4.0	4.0
Fuera horario laboral	36.0	34.0	36.0	34.0
Sábado por la mañana	12.0	12.0	12.0	2.0
Otros	2.0	2.0	2.0	2.0
NS/NC	6.0	6.0	6.0	6.0

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Necesidades de Formación.

Área de Producción.

Procesos y Calidad; se repite una vez más la demanda en formación sobre "mejora continua" y "calidad total"

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Calidad total	38.0	24.0
Mejora continua	42.0	24.0
Robótica	18.0	10.0
Electrónica	18.0	10.0
Just in time	18.0	8.0
Informática	24.0	8.0
Compras	14.0	6.0
Logística	12.0	8.0

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Necesidades de Formación.

Área de Administración y Dirección.

Es por este orden: "Informática", "Idiomas" y "Organización" la solicitud de formación por los encuestados, técnicos y directivos, del sector.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Informática	32.0	20.0
Idiomas	32.0	30.0
Organización	28.0	22.0
Gestión y dirección de empresas	22.0	18.0
Logística	16.0	10.0
Medio Ambiente	20.0	18.0
Finanzas	30.0	18.0

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Necesidades de Formación.

Área Comercial.

Estrategias para vender los productos es lo que los encuestados desean conocer o ampliar conocimientos.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuestas afirmativas)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Márketing	54.0	34.0
Ventas	38.0	18.0
Logística	14.0	16.0
Comercio Exterior	30.0	22.0

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Perspectivas y tendencias

Tendencias del sector.

El sector metalúrgico en la Comunidad presenta una tendencia estable en un 40.0% y en crecimiento un 20.0% apoyándose en las inversiones, sobre todo extranjeras, y tal vez por la industria de carácter medioambiental que está en pleno desarrollo (reciclado de chatarra, tratamiento de residuos, etc.)

Las perspectivas de creación de empleo en todos los niveles profesionales son alagüneas, siendo los más demandados los especialistas (53.6%) y operarios (64.3%).

Existen empresas cuya actividad hoy está en alza: carpintería metálica, construcción de aparatos de aire acondicionado, otras en retroceso pero con apoyo de la Administración Pública: fabricación de armas blancas (Empresa Nacional Sta. Bárbara de Industrias Militares S.A. en Toledo).

Las necesidades de formación son evidentes, y no será suficiente con dar formación al personal actual sino que requerirá la búsqueda de nuevo personal con una formación en: Comercio Exterior, Idiomas, Exportación, Medio Ambiente y Finanzas.

Este sector se puede decir que está especialmente orientado a la demanda externa, fuera de nuestras fronteras.

Tiene asumido su dependencia del comercio exterior, de ahí que sea pionero en adaptarse a las normas que marca la Comunidad Económica Europea, reflejándose en la necesidad de formación en el área Medioambiental .

El personal está dispuesto a formarse fuera del horario laboral, especialmente el viernes y sábado por la mañana.

3.7. METALURGIA - SIDEROMETALURGIA.

Conclusiones

En todo caso, es importante subrayar que las necesidades de nuevos conocimientos en esta rama de actividad no sólo se realizará formando al personal actual, sino en este caso, incorporado nuevo personal.

Ahora bien, los cuadros medios y altos del sector solicitan formación siguiendo las siguientes líneas.

	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
AREA DE PRODUCCIÓN	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA -INFORMÁTICA	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA
AREA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	-INFORMÁTICA -ORGANIZACIÓN -IDIOMAS -MEDIOAMBIENTE -FINANZAS	-INFORMÁTICA -ORGANIZACIÓN -IDIOMAS -MEDIO AMBIENTE
AREA COMERCIAL	-MARKETING -VENTAS -COMERCIO EXTERIOR	-MARKETING -COMERCIO EXTERIOR

Así, la formación demandada va dirigida a abrir las empresas a mercado exterior.

- Formación en técnicas de mejora continua.
- Formación Medioambiental
- Formación en Gestión Organizacional
- Idiomas e Informática
- Tecnicas de Marketing y Ventas

3.8. QUÍMICO

Distribución Geográfica

Se decanta Albacete como la provincia de mayor concentración de la industria química:

- Fabricación de abonos y plaguicidas
- pinturas, barnices, colorantes
- productos farmacéuticos
- lejías, jabones
- fabricación de artículos de materias plásticas y de caucho

Localización del sector en su Comunidad Autónoma (% Horizontal)

Albacete	43.6
Ciudad Real	15.4
Cuenca	12.8
Guadalajara	10.3
Toledo	17.9

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.8. QUÍMICO

Necesidades de Empresa

La subcontratación de servicios es de cierta importancia especialmente en el área del Transporte/Distribución.

**Subcontratación actual o inmediata de procesos de suministro,
fabricación o distribución.
(% vertical)**

NO 74.4
SI 25.6

	PRESENTE	FUTURO
	<hr/>	<hr/>
Transporte/Distribución	40	10
Suministros	20	-
Fabricación/Producción	-	-
Comercial/Marketing	21	10
Servicios	10	10
Varios	-	-

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.8. QUÍMICO

Necesidades de empresa.

La cooperación interempresarial refleja gran dinamismo en el sector (41,0%) con una incidencia del 31% en el campo de la Investigación y Desarrollo.

Acuerdos de cooperación con otras empresas. (% Vertical con respuesta múltiple)

NO 56.4

SI 41.0

Comerciales	25.0
Formación	12.5
Investigación y Desarrollo	31.3
Servicios	-
Técnicos	31.2

3.8. QUÍMICO

Distribución Geográfica

La localización geográfica de las empresas cooperantes se distribuye, especialmente entre las regiones (Madrid, Cataluña) más industrializadas y Francia y Alemania. Apareciendo por primera vez una fuerte cooperación con empresas situadas fuera del contexto comunitario..

Localización Geográfica de los cooperantes (% vertical) con respuesta múltiple

. Dentro de su comunidad (C-LM)	31.3
. En otras Comunidades Autónomas	56.3
- Cataluña	33.3
- C. Valencia	11.1
- Extremadura	11.1
- Madrid	55.6
- Galicia	11.1
. A nivel internacional	37.5
- Francia	33.3
- Alemania	16.7
- Resto de Europa	16.7
- América	33.3

3.8. QUÍMICO

Estructura socioeconómica

Curiosamente, la tendencia se invierte en este sector con respecto a lo que se ha visto hasta ahora: aumenta la mano de obra, desciende la productividad.

La productividad en esta actividad ha descendido a nivel regional (5,1%) por encima de la media nacional (3,4%), al contrario que otras ramas de actividad.

¿Se podría decir que asiste a una desindustrialización?

Evolución de la producción (MM. Ptas.)

	1988	1989	1990	1991
Valor de la producción	130.456	138.209	144.522	127.482
Valor añadido	50.485	44.834	48.467	4.139
Costes de personal	9.280	12.097	13.780	14.379
Personas Ocupadas	49.658	52.385	54.407	55.421

Fuente: Encuesta industrial 1988 - 1991

3.8. QUÍMICO

Estructura empresarial

La tendencia observada, entre los consultados, sobre las empresas del sector es de estabilidad (56%); si bien en torno a un 5% denotan declive, que unido al descenso de productividad, podría hablar de fallos estructurales básicos, en una industria que fue implantada en la región por deseo expreso de la Administración Central.

Tendencia de las empresas del sector

Estable	56.4
En declive	20.5
En crecimiento	15.4

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.8. QUÍMICO

Estructura del empleo

Esta actividad, que requiere mano de obra de mayor cualificación, ha desplazado a los trabajadores; ha generado escaso empleo directo en la localidad ya que la empresa se ha traído a sus trabajadores.

Es el sector que tiene mayor porcentaje de empresas con más de 50 empleados, aunque no dejan de ser medianas.

Número de empleados: 3.994

Distribución del empleo:

En empresas de hasta 10 empleados 6.28

Entre 11 y 50 29.34

Más de 50 64.37

Dos empresas entre 251 a 500 empleados

. Empresa Nacional de fertilizantes, ENFERSA en Puertollano (Ciudad Real)

. Elida Gibbs, S.A. en Talavera de la Reina (Toledo); con marcas como; "Rexona", "Signal", "Vasenol".

Fuente:Elaboración propia a partir del Directorio Industrial de Castilla-La Mancha editado por el IMPÍ

3.8. QUÍMICO.

Estructura del empleo.

El optimismo sobre el mantenimiento del empleo se refleja en las diferentes categorías profesionales, muy especialmente entre los especialistas.

Evolución futura del empleo (% Vertical)

	Operarios	Cuadros Medios	Especialistas	Profesionales
Perderá Puestos	33.3	23.1	20.5	-
Conservará estables	46.2	61.5	51.3	2.6
Aumentará	20.5	15.4	28.2	2.6
NS/NC	-	-	-	94.9

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.8. QUÍMICO.

Estructura del empleo.

No deja de ser paradójico la coincidencia en la percepción de no necesitar cubrir más puestos de trabajo y si necesitarlos.

Es claro, que necesitan más personal pero que en estos momentos están conteniendo su incorporación.

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

SI 48.7

NO 48.7

Puestos que necesitan:

Técnicos/Directivos	10.5
Especialistas	36.8
Operarios	57.9
Cuadros medios	-
Comerciales	5.3
NS/NC	5.3

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.8. QUÍMICO.

Estructura del empleo.

La tendencia es a mantener el mismo número de personal en plantilla; de crecer sería entre los obreros especializados, técnicos y personal auxiliar.

Previsión de aumento de plantilla según tipo de trabajo. (% Vertical)

	Aumentará	Se mantendrá	Disminuirá	NS/NC
DIRECTIVOS	7.7	87.2	5.1	-
TÉCNICOS	33.3	61.5	5.1	-
ADMINISTRATIVOS	15.4	74.4	10.3	-
SECRETARIAS	5.1	82.1	7.7	5.1
PERSONAL AUXILIAR	20.5	69.2	10.3	-
OBREROS	46.2	38.5	15.4	-
O.ESPECIALIZADOS	46.2	38.5	15.4	-
CUADROS MEDIOS	10.3	82.1	7.7	-

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.8. QUÍMICO.

Estructura del empleo.

La necesidad de mejorar la formación, lleva a incorporar nuevo personal con conocimientos especialmente en medioambiente, informática y contabilidad.

Será en medioambiente en lo que más formen a la plantilla actual.

Si tienen necesidad de más recursos humanos en el Sector (% Horizontal)

	SI		
	NO	Especialización personal actual	Buscarán personal Nuevo Ingreso.
IDIOMAS	7.2	7.9	8.3
INFORMÁTICA	6.8	4.8	17.1
MEDIOAMBIENTE	5.8	11.3	25.0
DCC.EMPRESAS	8.2	3.8	11.8
CONTABILIDAD	8.0	1.9	16.1
CONOCIMIENTOS C.E.	6.6	7.3	12.2
EXPORTACIÓN	6.3	7.5	13.7
LOGÍSTICA	8.0	6.3	13.3
MARKETING	7.5	7.6	8.5
FINANZAS	8.0	5.2	9.4

Fuente: E.O.I., Telemárketing 1994

3.8. QUÍMICO.

Estructura del empleo.

Para su puesta al día en conocimientos que permitan desarrollar mejor su trabajo, prefieren hacerlo fuera del horario laboral, sábado por la mañana o una tarde a la semana.

Tiempo que puede dedicar a su formación el personal del Sector (% verticales)

	P.Superior	P.Medio	Administrativo	Otros
Viernes y Sábado mañana	7.7	7.7	7.7	-
Una tarde por semana	25.6	25.6	25.6	-
Dos tardes por semana	7.7	7.7	7.7	2.6
Fuera horario laboral	25.6	25.6	25.6	-
Sábado por la mañana	17.9	17.9	17.9	7.7
No formaría	2.6	2.6	2.6	82.1
NS/NC	7.7	7.7	7.7	-

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.8. QUÍMICO.

Necesidades de Formación.

Área de Producción.

Es el nivel medio inmerso en el área de producción del colectivo encuestado en el sector químico, el que más formación demanda. La "mejora de procesos" y "calidad total" es, una vez más, lo más solicitado.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Calidad total	46.2	17.9
Mejora continua	46.2	17.9
Robótica	23.1	10.3
Electrónica	28.2	5.1
Just in time	-	-
Informática	41.0	10.3
Compras	20.5	2.6
Logística	15.4	2.6

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.8. QUÍMICO.

Necesidades de Formación.

Área de Administración y Dirección.

Las herramientas de Informática de gestión, e idiomas son ampliamente solicitadas por los encuestados. Si bien, se debe resaltar la demanda de formación en el área medioambiental.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuesta afirmativa)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Informática	43.6	15.4
Idiomas	25.6	17.9
Organización	20.5	12.8
Gestión y dirección de empresas	15.4	15.4
Logística	15.4	2.6
Medio Ambiente	25.6	15.4
Finanzas	12.8	-

Fuente: E.O.I., Telemarketing 1994

3.8. QUÍMICO.

Necesidades de Formación.

Área Comercial.

"Comercio exterior" y "Ventas" es lo más solicitado por este colectivo, ampliamente dirigido a la exportación y regido por empresas con participación extranjera.

Su personal ¿Necesita apoyo formativo en?
(% de respuestas afirmativas)

	Nivel Medio	Nivel Alto
Márketing	25.6	10.3
Ventas	28.2	10.3
Logística	17.9	2.6
Comercio Exterior	30.8	12.8

3.8. QUÍMICO.

Perspectivas y tendencias

Tendencias del sector.

La Comunidad tiene un buen posicionamiento en este sector, con alto índice de especialización en la estructura productiva y ocupacional por encima de la media nacional, si bien existe una preocupante tendencia a la baja de la productividad en el sector.

Los productos de la industria química, (17.2%) junto con productos de las industrias alimenticias, materias plásticas y sus manufacturas, calzado y maquinaria, aparatos y material eléctrico, acapararon en 1991 el 68 % del total de las exportaciones regionales.

La industria química es un sector productivo cuyo desarrollo ha estado ligado y motivado, en esta comunidad, a la intervención y capital público.

Este sector, junto con la industria agroalimentaria si se aprovecha el potencial endógeno pueden situar a la región entre las comunidades industriales intermedias. Cabe resaltar la estratégica situación comercial y su red de comunicaciones que convierten la región e un enclave privilegiado de inversión empresarial, con importantes ventajas operativas, entre los ejes de Madrid, Valle del Ebro y Mediterráneo.

Ahora bien, si cara al exterior las comunicaciones y su enclave geográfico la hace atractiva para sus inversiones, dentro de la región, la industria permanece fragmentada. Albacete que se ha convertido en un centro industrial de moderada importancia, con el umbral de población y actividad requerido para la aparición de cierta clase de servicios (que antes procedían de Madrid o Valencia), está localizado demasiado lejos de los restantes núcleos de industrialización, lo que dificulta una unidad orgánica que genere y mantenga el "tejido industrial" que se necesita en la comunidad para generar un proceso tecnológico, relativamente autosostenido, lejos de los abatares políticos (FESA-ENFERSA).

3.8. QUÍMICO.

Perspectivas y tendencias

La tendencia del sector es a mantenerse estable en más de un 50%, y creciendo en torno al 5%.

Once empresas absorben a más del 60% de empleados en organizaciones de más de 50. trabajadores, siendo así la actividad que cuenta con las empresas más grandes de la comunidad.

Son los obreros (57.9) y especialistas (36.8) los más demandados y por tanto por donde aumentaría la plantilla.

Es en este sector, junto con el metalúrgico, donde la necesidad de conocimientos medioambientales de los recursos humanos es más demandada.

El tiempo para su formación sería fuera del horario laboral, a lo sumo una tarde a la semana.

3.8. QUÍMICO.

Conclusiones

El sector químico castellanomanchego, fruto de una decisión política, se ve muy amenazado, pues lleva poco tiempo y con poco arraigo en la zona, ya que el número de empleados directos generados en el momento de su implantación fue muy escaso, es en el transcurso del tiempo cuando poco a poco se van insertando y arraigando en su entorno - la industria química fue llevada a la comunidad con su mano de obra incorporada.

Son los fertilizantes la actividad química más ligada a la actividad tradicional de la comunidad (la agricultura), la de mejor aceptación y la que más disgustos ha provocado.

El nivel de especialización de la plantilla requiere una actualización de conocimientos para, entre otras cosas, hacer las empresas más competitivas y pasar a posiciones representativas y no poco menos que marginales.

3.8. QUÍMICO.

Conclusiones

Así, el personal reclama apoyo formativo principalmente en:

	NIVEL MEDIO	NIVEL ALTO
AREA DE PRODUCCIÓN	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA -INFORMÁTICA -ELECTRÓNICA	-CALIDAD TOTAL -MEJORA CONTINUA -INFORMÁTICA -ROBÓTICA
AREA ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN	-INFORMÁTICA -ORGANIZACIÓN -IDIOMAS -MEDIOAMBIENTE	-INFORMÁTICA -GESTIÓN Y Dcc. EMPRESAS -IDIOMAS -MEDIOAMBIENTE
AREA COMERCIAL	-MARKETING -VENTAS -COMERCIO EXTERIOR	-MARKETING -VENTAS -COMERCIO EXTERIOR

En todo caso, es importante subrayar la necesidad de adquirir nuevos conocimientos en Medioambiente por el personal en plantilla, y que será este lo que genere nuevos ingresos, nuevas incorporaciones.

3.9. *SERVICIOS*

Dos ramas explican prácticamente la totalidad del crecimiento de los servicios en 1993: crédito y seguros, y servicios públicos. La rama de crédito y seguro parece así, acorde con la buena marcha del sector financiero en 1993 (aportan el 2,5% del sector nacional).

SERVICIOS **% VAB al coste de los factores**

SECTOR ACTIVIDAD	Aportación al VAB regional	Crecimiento en 1993	Contribución al crecimiento
Recuperación y reparaciones	4.6	1.6	10.0
Servicios comerciales	20.3	-0.7	-19.7
Hostelería y Restauración	5.9	-0.5	-4.2
Transporte y Comunicaciones	12.0	-1.3	-22.1
Crédito y Seguros	10.8	2.3	34.6
Alquiler de Inmuebles	10.3	0.4	6.2
Enseñanza y Sanidad (privada)	2.3	0.4	3.1
Otros servicios por la venta	8.9	0.8	19.7
Servicios domésticos	1.4	0.4	1.2
Servicios públicos	23.3	2.2	71.9

Fuente: Papeles de Economía n° 59

3.9. SERVICIOS

Los servicios públicos han crecido en la comunidad por encima de lo que ha hecho a nivel nacional. Su crecimiento parece desproporcionado, lo que puede indicar la escasez de un dinamismo propio del sector, que por el contrario está muy subordinado a los parámetros políticos, debido al peso desmesurado de los servicios públicos.

Muchos observadores económicos hablan de que la modernización industrial está ligada al establecimiento de un sector de servicios a las empresas.

Se han desarrollado variados servicios personales y a las empresas, pero todavía se prefiere acudir a la oferta de Madrid, en menor medida Valencia e incluso Albacete.

De ahí, que el escaso desarrollo de Servicios, nos haga recurrir al subsector Servicios por excelencia en nuestro País, a la Hostelería y restauración.

3.9. *SERVICIOS*

Basta considerar que el subsector de "hostelería y restaurante" representa el 28% del VAB regional y el 32% de los empleos de la región, aunque su peso económico es muy superior, si consideramos el mismo índice de forma indirecta en el empleo y la producción de otras subramas.

MAGNITUDES ECONÓMICAS Y TRIBUTARIAS

(cifras monetarias en millones de pesetas)

	Comercio y Reparaciones	Hostelería y Restauración
Número empresas	14.356	9.645
Número de empresas con asalariados	6.569	2.797
Asalariados	42.126	12.496
Ventas	733.348	67.708
Exportaciones	13.555	2
Importaciones	8.585	3

3.9. SERVICIOS

Por las cifras que se detallan se ve la actividad que genera este subsector, y puede dar idea de la importancia del mismo.

El hecho que los empresarios de la región pueden recurrir a las comunidades de Madrid y Valencia para proveerse de ciertos servicios, sobre todo aquellos especializados, hace que no haya tenido grandes crecimientos el sector. Pero los servicios Comerciales constituyen el "modus vivendi" de un gran número de CastellanosManchegos.

	Ventas por Empleado (millones)	Salario Anual Medio (miles pts)	Salario por unidad de ventas %	Ventas Grandes Empresas %	Ventas de Personas Físicas %	Ventas de Cooperativas %
Comercio y Reparaciones	14.9	896.9	6.03	23.74	18.98	4.76
Hostelería y Restauración	3.4	527.1	15.48	-	66.66	0.26

Por otro lado la región cuenta con un patrimonio histórico y natural (en estos momentos muy afectados por la sequía) lo suficientemente conocido y atractivo, que está jugando un papel relevante en el potencial desarrollo de la región.

Ahora bien el turista que acude a la comunidad, va casi exclusivamente a pasar el día o el fin de semana, es por ello necesario potenciar la oferta turística, crear buenos canales promocionales y mejorar la calidad del servicio lo que hace necesario plantear acciones formativas.

4. ÁREAS DOCENTES

4.1. *ÁREA DOCENTE: GESTIÓN EMPRESARIAL*

Marco general

El nivel de formación de los recursos humanos en esta Comunidad presenta un punto de partida relativamente bajo. Desde 1982 el esfuerzo en educación ha cambiado la tendencia histórica de dependencia de otras regiones.

Los avances en materia de formación son evidentes si bien todavía insuficientes, si se pretende acercar la formación que demanda la Empresa implantada o por implantarse en la región, y la que tiene la mano de obra existente.

Las titulaciones técnicas o superiores que se pueden cursar en la Comunidad son en general, inadecuadas a las necesidades del tejido productivo de la zona.

Además, hasta fecha muy reciente la precarización formativa estaba muy extendida en la zona, lo que hace necesario una "formación base" en el colectivo de más de 45 años; y una formación más técnica y cercana a lo que demanda la empresa en el colectivo de 18 a 27 años.

Es evidente, la necesidad que tiene la comunidad de invertir en formación; de llevar a cabo programas formativos que eleven la calidad de los recursos humanos activos con los que cuenta.

4.1. ÁREA DOCENTE: GESTIÓN EMPRESARIAL

Programas seleccionados

La formación en gestión empresarial se orienta a conseguir unos directivos y técnicos capaces de diseñar y poner en práctica estrategias empresariales a medio y largo plazo, especialmente en las ramas de actividad que se han venido analizando.

Para ello, los contenidos que se consideran prioritarios para la formación en este campo en la comunidad castellano-manchega son:

- Creación de Empresas
- Gestión de Empresas
- Internacionalización
- Marketing
- Finanzas

Contenido:

Los contenidos prioritarios de estos programas son:

- Desarrollo de Proyectos: análisis y diagnóstico, definición de objetivos estratégicos, plan de negocios, viabilidad e implantación.
- Mercado exterior, capacidad exportadora, logística del comercio exterior, derecho internacional.
- La función comercial y el marketing, investigación de mercados, comunicación comercial. logística y distribución interna y externa.
- Financiación básica, contabilidad, contabilidad de costes y control de gestión.

4.1. ÁREA DOCENTE: GESTIÓN EMPRESARIAL

Orientación de la acción a los objetivos por sector

Los sectores a los que deben dirigirse estos cursos son:

1. Industria agroalimentaria.

- * Subsector de Cárnicas/Lácteos y Conservas más del 50% son empresas de menos de 20 empleados. Requiere una formación para desarrollar proyectos y gestionar los actuales.
- * Subsector de Panadería/Dulces y grasas: empresas familiares. Requieren una sólida formación de gestión empresarial y de comercialización así como de nuevas empresas.
- * Subsector Bebidas: sector en crisis, con fuerte necesidad de comercialización internacional. Pierde puestos de trabajo, por lo que hay que hacer un esfuerzo por el mantenimiento del empleo fortaleciendo la gestión y organización.

Todo el sector necesita fortalecer sus mercados externos e internacionales.

2. Material de la Construcción/Cerámica y Vidrio.

- * Hay que hacer mantenimiento de empleo, para ello se debe fortalecer la gestión, mejorar los sistemas de financiación.

3. Construcción de Inmuebles/Instalaciones y Montajes.

- * Sector muy dependiente de las ayudas públicas, requiere mejorar los planes de negocio, el control de gestión y contabilidad, así como finanzas.

4.1. ÁREA DOCENTE: GESTIÓN EMPRESARIAL

Orientación de la acción a los objetivos por sector

4. Textil, Cuero y Calzado.

- * Todo el sector debe fortalecer su orientación a los mercados externos (internalización) y mejorar su comunicación comercial.

5. Mobiliario y Madera.

- * Sector muy artesanal, tradicional requiere fortalecer la gestión y organización, así como su red de comercialización.

6. Metalurgia - Siderometalurgia.

- * Desarrollo de proyectos para ampliar la diversificación de la actividad.

7. Químico.

- * Debe fortalecer su asentamiento en la región. Desarrollar proyectos, mejorar la gestión y comercialización de los productos.

8. Hostelería y Restauración.

- * Hay que hacer un mantenimiento de empleo, fortaleciendo gestión y organización. Ofrecer nuevos proyectos que atraiga a turistas no sólo para un día o un fin de semana.

4.1. *ÁREA DOCENTE: GESTIÓN EMPRESARIAL*

Distribución geográfica propuesta de la acción

- 1) **Para la industria agroalimentaria.**
En Toledo; la zona de Talavera de Reina; Madridejos y Consuegra. En Albacete la zona de Villarobledo. En Ciudad Real; la zona de Valdepeñas. En la Alcarria; Guadalajara.
- 2) **Par Material de la Construcción /Cerámica y Vidrio.**
En Talavera, El Puente del Arzobispo.
- 3) **Para la construcción de Inmuebles / Instalaciones y Montajes.**
En los polígonos industriales, principalmente Albacete y Guadalajara.
- 4) **Para Textil / Piel y Calzado.**
En Almansa; zona de Fuensalida: Zona de Valera (Cuenca).
- 5) **Para el sector Mobiliario y Madera.**
Illescas: Zona de Villacañas (Toledo), zona de Sonseca (Toledo); Zona de Priego (Cuenca). Zona de Valera de Arriba y Abajo (Cuenca)
- 6) **Para los sectores Metalúrgico y Químico.**
Ciudad Real y Puerto Llano.
- 7) **Para la Hostelería y Restauración.**
En núcleos cercanos a las Tablas de Daimiel (Almagro); En Cuenca y Toledo.

4.2. *ÁREA DOCENTE: GESTIÓN TECNOLÓGICA E INDUSTRIAL*

Marco general

Los recursos humanos de esta Comunidad en edad productiva, y que están en activo, trabajando en los distintos sectores productivos, no se caracterizan por una sólida formación, y menos en lo relacionado con Tecnología e Industria.

Así, del tejido empresarial encuestado y analizado se desprende la necesidad imperiosa de llevar a cabo acciones formativas de larga duración, calidad e intensidad sobre esta área docente.

La formación en gestión tecnológica e industrial se orienta a conseguir personal ejecutivo (directivos y técnicos) con capacidad para gestionar empresas de carácter industrial, donde la tecnología y su buen uso es fundamental para la mejora de la competitividad.

4.2. ÁREA DOCENTE: GESTIÓN TECNOLÓGICA E INDUSTRIAL

Programas seleccionados

Los contenidos de las acciones formativas a desarrollar deben ser de acuerdo a los siguientes programas:

- Gestión Tecnológica e Industrial
- Control de Gestión de Empresas Industriales.

Contenido:

Los contenidos prioritarios de estos programas serían:

- **Planificación estratégica:** significado empresarial, planificación y Organización de la Producción en función de los productos y los mercados en definitiva, diseñar y estructurar el sistema operativo empresarial en función del producto, los recursos disponibles y el mercado a satisfacer.
- **Logística:** planificación de la producción
- **Compras y gestión de materiales y planificación de la distribución.**
- **Calidad:** diseño de la calidad y diseño del proceso. La calidad total como estrategia para la viabilidad de la empresa, gestión de calidad y planes de mejora continua.
- **Estrategia informática en función del negocio, elección del equipo y formación a los usuarios. Estrategia tecnológica y factores para la gestión de la innovación tecnológica.**

4.2. ÁREA DOCENTE: GESTIÓN TECNOLÓGICA E INDUSTRIAL

Orientación de la acción a los objetivos por sector

Las acciones formativas que incluyen el Área de Gestión Tecnológica e Industrial están especialmente dirigidas a los sectores productivos que se detallan, de los analizados en el Estudio:

1. Industria agroalimentaria.

- * Los tres subsectores analizados son incipientes en la aplicación de tecnología, están a caballo entre sector agrario y sector industrial, es por tanto fundamental para el mantenimiento del empleo una formación en este área.

2. Material de la Construcción/Cerámica y Vidrio.

- * Es necesario mantener el empleo, por lo que habría que fortalecer la planificación de la producción y planificación de la distribución.

3. Construcción de Inmuebles/Instalaciones y Montajes.

- * El sector copado por pequeñas empresas requiere una planificación y definición de los productos y mercado.

4. Textil, Cuero y Calzado.

- * La necesidad de incorporar nuevas tecnologías y de abrir un mercado hace imprescindible realizar formación a través de las propias asociaciones y cooperativas.

4.2. ÁREA DOCENTE: GESTIÓN TECNOLÓGICA E INDUSTRIAL

Orientación de la acción a los objetivos por sector

5. Mobiliario y Madera.

- * Empresas artesanales, familiares y apegadas a la Naturaleza, sufridoras de la deforestación y mala utilización de los residuos hace necesario la formación en gestión tecnológica que les permita el buen aprovechamiento de sus recursos.

6. Metalurgia - Siderometalurgia y Químico.

- * Ambos sectores de actividad son los considerados tradicionalmente como industriales, por ello requiere casi un esfuerzo mayor en formación para actualizar conocimientos y romper viejos hábitos que van en detrimento de la productividad y competitividad de la empresa.

4.2. *ÁREA DOCENTE: GESTIÓN TECNOLÓGICA E INDUSTRIAL*

Distribución geográfica propuesta de la acción

- 1) **Para la industria agroalimentaria.**
En Albacete y Villarrobledo; en Guadalajara; en Iniesta, Tarancón; Mausanares Ciudad Real y Valdepeñas.

- 2) **Par Material de la Construcción y Construcción de Inmuebles.**
En Talavera, Toledo, Albacete.; En las áreas constituidas por los municipios con una población superior a 10.000 habitantes (23 entidades)

- 3) **Para Textil / Piel y Calzado.**
En Solana (Ciudad Real); Almansa (Albacete).

- 4) **Para el sector Mobiliario y Madera.**
Illescas: Zona de Villacañas (Toledo), ; Zona de Valera de Abajo y Priego (Cuenca).

- 5) **Para los sectores Metalúrgico y Químico.**
Ciudad Real, Puertollano y Albacete

4.3. *ÁREA DOCENTE: MEDIO AMBIENTE*

Marco General

La población de esta comunidad ha estado históricamente muy ligada a la "madre naturaleza"; ahora bien, sus conocimientos sobre cómo no empobrecerla más, no esquilmarla o como recuperarla son muy pequeños o no interesan a corto plazo (que es lo que se vive) ponerlos en practica.

Se conozcan o no, las técnicas y políticas de gestión medioambiental, el estudio deja claro que no es la formación demandada pero no por ello si necesaria; más si se observa la organización territorial, la dualidad entre el mundo rural y el urbano.

A continuación se señalan los programas formativos que se consideran prioritarios llevar a buen término.

4.3. *ÁREA DOCENTE: MEDIO AMBIENTE*

Programas seleccionados

Entre los programas de Medio Ambiente se consideran apropiados aplicar a Castilla-La Mancha los de:

- Gestión Territorial
- Ingeniería y Gestión
- Directivos de PYMES

Contenidos:

Los contenidos prioritarios de estos programas serían:

- La empresa como "ente" distorsionador del Medioambiente.
- Conocimientos de los principales sectores y procesos industriales que se emplean en el entorno empresarial y que son fuentes contaminantes en función de un buen o mal uso.
- Legislación específica sobre las principales fuentes contaminantes (de atmósfera, de suelo, de agua, por ruido) y sus responsabilidades.

4.3. ÁREA DOCENTE: MEDIO AMBIENTE

Orientación de la acción a los objetivos por sector

Estos programas formativos deben dirigirse a los siguientes sectores de los analizados.

1. Químico y Metalúrgico.

- * Tradicionalmente contaminantes por su propia actividad productiva requieren unos conocimientos que le aproximen a lo exigido en la legislación.

2. Mobiliario y Madera.

- * Sector en crisis por su falta de materia prima dentro de la comunidad, requieren una formación que pueda indicarle como recuperar esa materia prima o la posibilidad de utilizar los residuos para diversificar su producción..

3. Material de la Construcción/Cerámica y Vidrio

- * Formar en el conocimiento del suelo, para que no lo esquilmen y le dejen "recuperarse".

4.3. *ÁREA DOCENTE: MEDIO AMBIENTE*

Orientación de la acción a los objetivos por sector

- 1) Para los sectores Químico y Metalúrgico.
Polígonos industriales de Puertollano, Albacete, Guadalajara..

- 2) Para Mobiliario y Madera.
En Toledo, Illescas.

- 3) Material de Construcción / Cerámica y Vidrio.
Cercano a las zonas de canteras: (Zona de Alcalá del Júcar) Albacete y Guadalajara.

4.4. *ÁREA DOCENTE: EMPRENDEDORES*

Marco general

La población activa de esta Comunidad es una muestra de la población nacional en lo que se ha dicho de que el español no es Empresario sino Emprendedor.

Hasta hace muy poco tiempo, una persona adulta con una idea capaz de generar "riqueza" podía crear su "empresa", y a aprender en el camino.

La entrada en la Comunidad Económica Europea, hace necesario que ligado a una "idea" exista un riguroso estudio de viabilidad, su proyección y competitividad en el mercado.

Estos conocimientos son necesarios impartirlos en una Comunidad dónde prima la pequeña empresa por encima de la mediana y no digamos de la grande, para que su estructura no sea un impedimento para su rendimiento y mayor facturación.

4.4. ÁREA DOCENTE: EMPRENDEDORES

Programas seleccionados

Entre los programas de Emprendedores los más indicados para Castilla-La Mancha podrían ser:

- Planificación estratégica para el desarrollo de PYMES.
- Gestión de ocio y tiempo libre.
- Agentes de desarrollo local

Contenidos:

Los contenidos prioritarios de estos programas son:

- Visión global de las distintas áreas de la empresa. Formación general en gestión empresarial (marketing, finanzas, producción, recursos humanos, legislación, comercio exterior...)
- Guía de elaboración del plan estratégico del negocio empresarial.
- Información sobre los servicios convencionales para ocio y tiempo libre, su dinamización, técnicas de organización de actos, información sobre ayudas públicas.
- Desarrollo de habilidades de animación, dramatización, negociación.
- Técnicas de análisis y diagnóstico de oportunidades en relación al territorio, empresas y productos.

4.4. ÁREA DOCENTE: EMPRENDEDORES

Orientación de la acción a los objetivos del sector

1. Industria agroalimentaria.

- * Se adecua a las necesidades del sector el programa de Planificación estratégica para desarrollo de PYMES.

Puede crearse nuevas empresas y/o asociaciones o cooperativas.

2. Material de la Construcción y construcción de inmuebles.

- * Es el programa de Agentes de desarrollo local el que mayor éxito podría tener entre estos sectores de actividad.

Requieren formación especial, por las propias características del sector, sobre técnicas de tratamiento de problemas empresariales.

3. Textil, Cuero y Calzado.

- * Sector con fuerte economía sumergida que con una buena preparación podrían ser empresas dadas de alta, fiscalmente hablando.

4. Servicios: Hostelería y Restauración.

- * Por lo ligado que esta actividad está al turismo es el programa de Ocio y gestión del tiempo libre el que puede generar nuevos negocios y potenciar los existentes.

4.4. ÁREA DOCENTE: EMPRENDEDORES

Distribución geográfica propuesta de la acción

- 1) **Industria agroalimentaria.**
En Toledo; la zona de Talavera de Reina; Madridejos y Consuegra. En Albacete la zona de Villarobledo. En Ciudad Real; la zona de Valdepeñas. En la Alcarria; Guadalajara.

- 2) **Material de construcción y construcción de inmuebles.**
En las zonas urbanas de entre 5.000 y 10.000 habitantes.

- 3) **Textil, Cuero y Calzado.**
Albacete.

- 4) **Servicios: Hostelería y Restauración.**
Toledo, Cuenca, Almagro (Ciudad Real), Belmonte (Cuenca), Sierra de Alcaraz (Albacete), Sigüenza (Guadalajara), Atienza (Guadalajara).

5. CUADRO DE ACCIONES FORMATIVAS POR SECTOR

5.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Ficha de acciones de formación nivel superior

-	Número total de empleados	13.808
-	Número de empresas consultadas	142
-	Número de empresas existentes	512
-	Empresas porsectores	
	. Carnicos / Lacteos / Conservas	124
	. Panaderia / Dulces / Grasas	125
	. Bebidas	163
	. Otros productos alimenticios	100
-	Total personas a capacitar:	
	. Gestión Empresarial	400
	. Técnicos y Directores	730

TIPO DE ACCION	AREA	SUBSECTOR		
		Cárnicos Lacteos Conservas	Panaderia Dulces Grasas	bebidas
Mantenimiento	Gestión Empresarial	125	125	150
Mantenimiento y nuevas técnicas	Area Industrial y Producción	200	200	180
Mantenimiento y nuevo empleo	Area Comercial - Márketing	300	250	250
Mantenimiento	Area Administrativo-Financiera	100	100	100
Nuevo empleo	Area Medioambiente	50	50	50
Nuevo empleo	Emprendedores	150	200	200

5.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

COMUNIDAD : CASTILLA LA MANCHA	CARACTERISTICAS GENERALES	
SECTOR O SUBSECTOR: AGROALIMENTACION		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERPESTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio - economicas: empresas pioneras en comercializar sus productos con Denominación de Origen que ha servido de motor propulsor para la economía de la Zona.</p> <p>Tipología empresarial más de 450 empresas no superan los 50 empleados.</p>	<p>PYMES</p> <p>.Escasa creación de empleo</p> <p>.Posibilidades de no destrucción con reciclaje y formación especializada.</p>	<p>Imprescindible cooperación empresarial.</p> <p>-Consolidación del sector</p> <p>-Escasa posibilidad de crear nuevas empresas, si de potenciar su asocianismo.</p>

5.1. INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

COMUNIDAD				
SECTOR O SUBSECTOR:				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGIA	G. EMPRESARIAL	PROFESIONES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES		SI	SI	
Creación de Empresas	SI		SI	SI

5.2. MATERIAL DE CONSTRUCCION/CERAMICA Y VIDRIO

Ficha de acciones de formación nivel superior

-	Número total de empleados	17.808
-	Número de empresas consultadas	55
-	Número de empresas del sector	257
-	Total personas a capacitar:	
	Gestión Empresarial	250
	Técnicos y Directores	450
-	Total acciones capacitación por área:	

TIPO DE ACCION

AREA

Mantenimiento	Gestión Empresarial	200
Mantenimiento y nuevas técnicas	Area Industrial y Producción	350
Mantenimiento y nuevo empleo	Area Comercial - Márketing	250
Mantenimiento	Area Administrativo-Financiera	150
Nuevo empleo	Area Medioambiente	100
Nuevo empleo	Emprendedores	200

5.2. MATERIAL DE CONSTRUCCION/CERAMICA Y VIDRIO

COMUNIDAD : CASTILLA-LA MANCHA	CARACTERISTICAS GENERALES	
SECTOR O SUBSECTOR: MATERIAL DE CONSTRUCCION CERAMICA Y VIDRIO		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: Motor dinamizador de la economía de la región sujeto a ciclos económicos.</p> <p>Empleo: 17.808; 24% de la comunidad.</p> <p>Tipología empresarial:</p> <p>El 90.48% de las empresas de la comunidad tienen una infraestructura pequeña (-50 empleados) y recogen el 50% de los empleados</p>	<p>Consolidación de PYMES</p> <p>- Creación: Subcontratación de servicios</p> <p>- Destrucción: de empleo</p> <p>- Reciclaje: muy necesario</p>	<p>Cooperación Empresarial: Escasa, de vital importancia en Investigación y Desarrollo.</p> <p>Desarrollo y consolidación: Sector muy consolidado.</p> <p>Creación de Empresas: Poco probable, serias dificultades.</p>

5.2. MATERIAL DE CONSTRUCCION/CERAMICA Y VIDRIO

COMUNIDAD				
SECTOR O SUBSECTOR:				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGIA	G. EMPRESARIAL	PROFESIONES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES		SI	SI	
Creación de Empresas	SI		SI	SI

5.3. CONSTRUCCION INMUEBLES, INSTALACIONES, MONTAJE

Ficha de acciones de formación

-	Número total de empleados	8.727
-	Número de empresas encuestadas	54
-	Número de empresas del sector	405
-	Total personas a capacitar:	
	Gestión Empresarial	370
	Técnicos y Directores	480
-	Total acciones capacitación por área siendo optimistas	

TIPO DE ACCION

AREA

Mantenimiento	Gestión Empresarial	370
Mantenimiento y nuevas técnicas	Area Industrial y Producción	270
Mantenimiento y nuevo empleo	Area Comercial - Márketing	150
Mantenimiento	Area Administrativo-Financiera	150
Nuevo empleo	Area Medioambiente	100
Nuevo empleo	Emprendedores	375

5.3. CONSTRUCCION INMUEBLES, INSTALACIONES, MONTAJE

COMUNIDAD : CASTILLA LA MANCHA	CARACTERISTICAS GENERALES	
SECTOR O SUBSECTOR: CONST/ INMUEBLES/INSTALACIONES/ MONTAJES		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERPESTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: El 30% de las empresas no facturan + de 200 millones.</p> <p>Tipología empresarial:</p> <p>El 80% de las empresas no tienen más de 50 empleados:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento, con esfuerzo del empleo existente en la PYMES. - Proliferación de profesionales autónomos independientes asociados en agrupaciones (en otros momentos históricos serían cooperativas) 	<ul style="list-style-type: none"> -Fuerte necesidad de cooperación, especialmente en formación. - Necesidad de consolidar las empresas existentes y reciclar sus equipos humanos (flexibilidad) - Escasa posibilidad de crear nuevas empresas (de más de un empleado)

5.3. CONSTRUCCION INMUEBLES, INSTALACIONES, MONTAJE

COMUNIDAD				
SECTOR O SUBSECTOR:				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGIA	G. EMPRESARIAL	PROFESIONES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES		SI	SI	
Creación de Empresas	SI		SI	SI

5.4/5. **TEXTIL, CUERO Y CALZADO**

Ficha de acciones de formación nivel superior

-	Número total de empleados	17.496
-	Número de empresas consultadas	108
-	Número total de empresas en el sector	647
-	Total personas a capacitar:	
	Gestión Empresarial	450
	Técnicos y Directores	600
-	Total acciones capacitación por área:	

TIPO DE ACCION

AREA

Mantenimiento	Gestión Empresarial	450
Mantenimiento y nuevas técnicas	Area Industrial y Producción	400
Mantenimiento y nuevo empleo	Area Comercial - Márketing	400
Mantenimiento	Area Administrativo-Financiera	180
Nuevo empleo	Area Medioambiente	90
Nuevo empleo	Emprendedores	200

5.4/5. **TEXTIL, CUERO Y CALZADO**

COMUNIDAD : CASTILLA LA MANCHA	CARACTERISTICAS GENERALES	
SECTOR O SUBSECTOR: TEXTIL, CUERO Y CALZADO		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
Tipología empresarial: Empresa familiar-tradicional, Escasa tecnología, Dependencia exógena.	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidación de PYMES-mantenimiento de empleo - Creación de empleo para desarrollar estructuras comerciales internacionales - Empleo soterrado (economía sumergida) - Reciclaje hacia la modernización de las infraestructuras, muy necesario. 	<p>Cooperación Empresarial es muy necesaria.</p> <p>Consolidación.</p> <p>Fomentar el cooperativismo.</p>

5.4/5. **TEXTIL, CUERO Y CALZADO**

COMUNIDAD				
SECTOR O SUBSECTOR:				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGIA	G. EMPRESARIAL	PROFESIONES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES		SI	SI	SI
Creación de Empresas	SI		SI	SI

5.6. MOBILIARIO Y MADERA

Ficha de acciones de formación nivel superior

-	Número total de empleados	6.644
-	Número de empresas consultadas	54
-	Número total de empresas en el sector	357
-	Total personas a capacitar:	
	. Gestión Empresarial	250
	. Técnicos y Directores	375
-	Total acciones capacitación por área:	

TIPO DE ACCION

AREA

Mantenimiento	Gestión Empresarial	250
Mantenimiento y nuevas técnicas	Area Industrial y Producción	300
Mantenimiento y nuevo empleo	Area Comercial - Márketing	250
Mantenimiento	Area Administrativo-Financiera	100
Nuevo empleo	Area Medioambiente	100
Nuevo empleo	Emprendedores	200

5.6. MOBILIARIO Y MADERA

COMUNIDAD: CASTILLA - LA MANCHA	CARACTERISTICAS GENERALES	
SECTOR O SUBSECTOR:		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERPESTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
Tipología empresarial: pequeña empresa artesanal con necesidad de incorporar nuevas tecnologías.	Mantenimiento de PYMES. Actualización y reciclaje mano de obra.	Cooperación Empresarial: Si para mejorar su comercialización. Desarrollo y consolidación: Muy consolidado requiere nuvas ideas. Creación de Empresas: Serias dificultades.

5.6. MOBILIARIO Y MADERA

COMUNIDAD				
SECTOR O SUBSECTOR:				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGIA	G. EMPRESARIAL	PROFESIONES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES		SI	SI	SI
Creación de Empresas	SI		SI	SI

5.7. METALURGICO / SIDEROMETALURGICO

Ficha de acciones de formación nivel superior

-	Número total de empleados	16.900
-	Número de empresas consultados	50
-	Número total de empresas en el sector	333
-	Total personas a capacitar:	
	. Gestión Empresarial	300
	. Técnicos y Directores	700
-	Total acciones capacitación por área:	

TIPO DE ACCION

AREA

Mantenimiento	Gestión Empresarial	300
Mantenimiento y nuevas técnicas	Area Industrial y Producción	500
Mantenimiento y nuevo empleo	Area Comercial - Márketing	250
Mantenimiento	Area Administrativo-Financiera	125
Nuevo empleo	Area Medioambiente	125
Nuevo empleo	Emprendedores	100

5.7. METALURGICO /SIDEROMETALURGICO

COMUNIDAD: CASTILLA LA MANCHA	CARACTERISTICAS GENERALES	
SECTOR O SUBSECTOR: METALURGICO		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERPESTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
Socio-económicas: en manos extranjeras y/o con fondos públicos	PYMES Mantenimiento de empleo Medianas para grandes empresas: Mantenimiento de empleo, Creación de nuevos puestos. Formación muy necesaria para abrirse más al exterior.	Cooperación Empresarial: imprescindible Consolidación del sector. Mayores oportunidades de desarrollo. Creación de nuevas empresas poco probable (si acaso, subsidiarias)

5.7. METALURGICO / SIDERURGICO

COMUNIDAD				
SECTOR O SUBSECTOR:				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGIA	G. EMPRESARIAL	PROFESIONES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	SI	SI	SI	SI
Creación de Empresas	SI			SI

5.8. QUIMICO

Ficha de acciones de formación nivel superior

-	Número total de empleados	13.780
-	Número de empresas consultadas	39
-	Número de empresas del sector	97
-	Total personas a capacitar:	
	Gestión Empresarial	100
	Técnicos y Directores	250
-	Total acciones capacitación por área:	

TIPO DE ACCION

AREA

Mantenimiento	Gestión Empresarial	150
Mantenimiento y nuevas técnicas	Area Industrial y Producción	250
Mantenimiento y nuevo empleo	Area Comercial - Márketing	250
Mantenimiento	Area Administrativo-Financiera	150
Nuevo empleo	Area Medioambiente	150
Nuevo empleo	Emprendedores	150

5.8. QUIMICO

COMUNIDAD : CASTILLA- LA MANCHA	CARACTERISTICAS GENERALES	
SECTOR O SUBSECTOR: QUIMICO		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERPESTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas:gran peso en la economía regional.</p> <p>Fuente apoyo de la Administración Pública.</p> <p>Tipología empresarial:El centro de decisión está fuera de la región.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento de puestos de trabajo. - Posible creación de nuevos puestos de trabajo (área medioambiente) - Formación imprescindible 	<p>Cooperación Empresarial</p> <p>Desarrollo progresivo del mismo</p> <p>Consolidación del sector</p>

5.9. SERVICIOS: COMERCIO, HOSTELERIA Y RESTAURACIÓN

Ficha de acciones de formación nivel superior

-	Empresas de Comercio y Reparaciones	14.356
-	Número de personas ocupadas	42.126
-	Empresas de Hostelería y Restauración	9.645
-	Número de personas ocupadas	12.496
-	Total personas a capacitar:	
	Gestión Empresarial	1.200
	Técnicos y Directores	850

TIPO DE ACCION

AREA

Mantenimiento	Gestión Empresarial	1.200
Mantenimiento y nuevas técnicas	Area Industrial y Producción	300
Mantenimiento y nuevo empleo	Area Comercial - Márketing	1.200
Mantenimiento	Area Administrativo-Financiera	550
Nuevo empleo	Area Medioambiente	-
Nuevo empleo	Emprendedores	650

5.9. SERVICIOS: COMERCIO, HOSTELERIA Y RESTAURACIÓN

COMUNIDAD : CASTILLA- LA MANCHA	CARACTERISTICAS GENERALES	
SECTOR O SUBSECTOR:		
ESTRUCTURA Y TENDENCIAS	PERPECTIVAS DE EMPLEO	OPORTUNIDADES DETECTADAS RESPECTO A:
<p>Socio-económicas: gran peso en la economía regional.</p> <p>Tipología empresarial: Unifamiliar. Todos los miembros atienden el "negocio". Tendencia a la aparición de firmas pertenecientes a grandes cadenas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mantenimiento de puestos de trabajo. - Posible creación de nuevos puestos de trabajo (rutas ecológicas) - Formación imprescindible 	<p>Cooperación Empresarial.</p> <p>Desarrollo progresivo del mismo si se liga a una buena oferta turística.</p> <p>Asocianismo en el sector.</p>

5.9. SERVICIOS: COMERCIO, HOSTELERIA Y RESTAURACIÓN

COMUNIDAD				
SECTOR O SUBSECTOR:				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGIA	G. EMPRESARIAL	PROFESIONES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES	SI	SI	SI	SI
Creación de Empresas	SI		SI	

6. CONCLUSIONES

6. CONCLUSIONES

La evolución del espacio industrial de Castilla - La Mancha se enmarca dentro del proceso de industrialización español, que conoció un rápido crecimiento desde finales de los 50 hasta mediados de los 70, y que en función de su adaptación a los mecanismos del mercado y a los intereses empresariales produjo una desigual distribución, concentrándose en unas pocas áreas.

Las tendencias polarizadas no han cesado, y esta Comunidad Castellano Manchega mantiene gran dependencia y atracción de Madrid.

Las políticas de desarrollo industrial han tenido un carácter más sectorial que regional, basado fuertemente en intereses externos a la región, si bien ésta se está beneficiando en puntos muy concretos.

Todos los datos analizados hablan de la debilidad de las bases del desarrollo económico de Castilla-La Mancha.

En primer lugar, la economía castellano-manchega revela desequilibrios estructurales entre los sectores productivos analizados más profundos que los de la economía nacional en su conjunto.

En segundo lugar la industria regional es fruto de una industrialización precaria, siempre corriendo el riesgo de verse barrida por el empuje de la primera crisis que surja, la construcción (los sectores analizados en punto 3.2 y 3.3) considerada por algunos analistas como "motor" de la economía regional, ha mostrado a las claras su debilidad siempre a expensas de la iniciativa pública, que es como decir de los avatares del déficit público y de las necesidades cíclicas de ajustarle.

6. CONCLUSIONES

En tercer lugar, el papel de "motor" efectivo de la economía regional ha recaído durante la crisis, sobre la agricultura (grandes extensiones de cereales y el olivar que come terreno a las cepas) y en especial los servicios: servicios públicos y crédito y seguros (unido a servicios financieros).

El ingreso en la Comunidad Europea reactivó la economía en Castilla-La Mancha las fuertes ayudas económicas procedentes de esferas regionales, nacionales y comunitarias para llevar a cabo las reestructuraciones precisas reactivaron la economía regional.

Los esfuerzos más públicos que privados, cara a la plena integración de la región y de España en la Comunidad europea, han ido y están siendo encaminados a: diseño y calidad del producto; mejora de la seguridad industrial y atención de los impactos medioambientales.

En particular, hay que poner énfasis en los procesos productivos industriales teniendo muy presente el papel fundamental que las PYMES juegan y van a jugar en el desarrollo y la consolidación del tejido fabril castellano-manchego.

De ahí, que la política formativa que se desprende del estudio realizado sobre la comunidad debe estar encaminada a la consolidación de las PYMES en los diferentes sectores. A formar a los empresarios versus emprendedores como verdaderos empresarios capaces de presentar estrategias empresariales para el futuro.

Se debe formar en cómo y porque o para qué mejorar y modernizar la organización empresarial y gestión de la producción; dar técnicas y políticas de marketing más agresivas; fuertes conocimientos sobre comercialización y exportación de la producción así como de la normativa europea que le afecta.

7. ANEXOS

- . Cámara de Comercio e Industria de Toledo.

- . Cámara de Comercio e Industria de Albacete.

- . Consejo Superior de las Cámaras de Comercio en Madrid.

- . Departamento Estudios Universidad Autónoma.

- . Directorio Industrial de Castilla - La Mancha - IMPI 1991.
- . Anuario Estadístico de Castilla - La Mancha 1992.
- . Contabilidad Regional de España. Base 1986, INE.
- . Información sobre mercado de trabajo INEM 1993.
- . Renta Nacional de España 1989 BBV.
- . Estudio de Sectores por Comunidades realizado por la Consultoría KPMG Peat Marwick.
- . Papeles de Economía:

Mayo -Agosto 1991

nº 51 de 1992

nº 59 de 1994

nº 60/61 de 1994

- . Plan de desarrollo Regional de 1994-1999. Ministerio de Economía y Hacienda.
- . Iniciativa PYME de Desarrollo Industrial 1994-1999. MINER, Conferencia Sectorial..
- . E.O.I., Telemárketing 1994.

6. CONCLUSIONES

Así, con el propósito de conseguir un potencial de capital humano de acuerdo con lo detectado en el estudio sobre las necesidades formativas en los sectores analizados de la comunidad, las acciones formativas de larga duración a desarrollar serían:

- Gestión empresarial	
. Comercial y Finanzas	3.550
. Administración y Finanzas	1.705
- Gestión Industrial	2.950
- Gestión Medioambiental	815
- Formación de emprendedoras	2.425

5.8. QUIMICO

COMUNIDAD				
SECTOR O SUBSECTOR: QUIMICO				
OPORTUNIDADES	MEDIO AMBIENTE	G. INDUSTRIAL Y TECNOLOGIA	G. EMPRESARIAL	PROFESIONES LIBERALES
Cooperación	SI	SI	SI	SI
Desarrollo y consolidación PYMES		SI	SI	SI
Creación de Empresas	SI		SI	SI

