



Introducción

La necesidad de información acerca de la evolución y el comportamiento de las unidades productivas es una demanda creciente en los ámbitos sociales y económicos, ya que desempeña un papel absolutamente crucial y es un factor clave para la competitividad de la empresa y de los mercados donde operan. De lo anterior son conscientes las regiones más avanzadas, que apoyan su desarrollo y bienestar en una adecuada información empresarial, por lo que resultan plenamente justificados los esfuerzos que desde distintas instancias públicas y privadas, a través de Agrupaciones de Desarrollo (AD) muchas veces, se están realizando para mejorar los canales de información sobre la empresa en determinadas zonas de la geografía nacional.

La economía española, en particular la andaluza, y más concretamente la economía del Valle del Almanzora se encuentran en un momento muy importante para el futuro, que no conviene desaprovechar. Los beneficios que comporta la estabilidad macroeconómica, gracias a la pertenencia a la zona Euro, deben verse reforzados por un avance más notable en el proceso de convergencia real. Para ello será necesario abordar los retos y reformas en determinados sectores y mercados, que den respuesta a los problemas específicos de la estructura económica particular.

En este sentido la OCDE, en su informe sobre la economía española (esta organización no hace análisis para espacios regionales, aunque sus recomendaciones son plenamente aplicables a la economía del Valle del Almanzora), ha destacado los progresos económicos que durante la última década han generado avances sustanciales en términos de convergencia real con los socios comunitarios. Sin embargo, también señala una serie de debilidades: la tasa de paro y el diferencial de inflación frente a la Zona Euro son muy elevados, las ganancias en productividad son muy modestas, lo que erosiona la competitividad, así como recuerda el problema del precio de la vivienda. De este modo, sus recomendaciones se resumen en tres grandes ejes: El primero se refiere a mantener la estabilidad macroeconómica y competitiva; el segundo, a la consolidación de unas finanzas públicas saneadas; y por último, impulsar las ganancias en productividad, para ello recomienda la inversión en capital humano y



bienes de equipo, así como en desarrollo tecnológico, en actividades de I+D. Aunque los resultados de estas reformas tarden tiempo en manifestarse, la aplicación de las nuevas tecnologías acelerará la productividad y el crecimiento económico. Asimismo, insta a una mejora en la calidad de los servicios públicos y recomienda reducir la segmentación en el mercado laboral, así como aumentar la participación femenina en éste con la adecuación de los horarios laborales. En este sentido, y pese a la progresiva incorporación de la mujer al mercado de trabajo, la tasa de ocupación femenina sigue siendo significativamente inferior a la masculina. De una manera concreta, el Proyecto Equal [Tic@I](#) viene a intentar dar respuestas a los ejes definidos en el informe de la OCDE en la zona del Valle del Almanzora, haciendo especial hincapié en la aplicación de las nuevas tecnologías para lograr una mayor productividad y crecimiento económico, en la reducción de la segmentación del mercado laboral a través de una mayor adaptabilidad de las empresas a las nuevas demandas del mercado, y lograr una mayor y mejor conciliación de la vida laboral y familiar.

La brecha tecnológica que separa a las empresas del Valle del Almanzora respecto a la media nacional y a otros países desarrollados se puede comprobar a través de una serie de indicadores sobre el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (NTIC) en el ámbito empresarial. A modo de ejemplo, y ciñéndonos al ámbito andaluz, más de la mitad de las empresas que tienen conexión a Internet (83,7 por ciento en el total de Andalucía) no tienen, sin embargo, sitio o página Web. Menos favorecida resulta aún la situación de Andalucía en cuanto a las actividades en I+D, ya que en 2003 alcanzaron los 903,2 millones de euros, lo que significaba el 0,89 por ciento del PIB, aún inferior al promedio nacional que se sitúa en el 1,11 por ciento del PIB. En ambos casos se encuentra alejada de la media de la UE que es del 2 por ciento, y aún más de países como Finlandia, Japón, Alemania o EEUU. Además, si se descuentan las actividades de I+D realizadas por entidades del sector público o del ámbito de la investigación universitaria, entonces esta proporción desciende alarmantemente. Si la comparación la realizamos entre Andalucía y el Valle del Almanzora, la brecha tecnológica es aún mayor, tal y como se puede desprender del hecho de que en el año 2004, el número de líneas ADSL contabilizadas en el Valle del Almanzora apenas superaba las 1300.



Por todo ello, no es de extrañar que, pese al avance en términos de presupuesto y dedicación a la innovación, la posición de la economía presente una serie de debilidades competitivas, que han sido señaladas desde diversos ámbitos, incluso por parte del propio sector empresarial, y que no sólo hacen referencia al atraso en tecnologías de la información, también tienen que ver con el gasto público en educación, las rigideces del mercado laboral, la fiscalidad, las infraestructuras y la excesiva regulación en otros mercados de factores. En todos estos aspectos tendrá que avanzar el Valle del Almanzora para contar con un sector empresarial más dinámico y competitivo, capaz de afrontar los desafíos de una sociedad y economía cada vez más globalizada. Y un primer paso para iniciar este avance es la necesidad de información acerca de la evolución y el comportamiento de las empresas. Primer paso que pretende cubrir el Proyecto Equal [Tic@1](#) a través del estudio del tejido empresarial del Valle del Almanzora en el que se muestren los puntos fuertes y débiles del sector empresarial.

Superficie

El amplio consenso que existe en la actualidad sobre la importancia de la empresa para el desarrollo económico de una zona ha motivado un creciente interés por el estudio del tejido empresarial. El análisis demográfico de la empresa constituye una aproximación a los factores que influyen en el crecimiento de la producción y el empleo. Centrándonos en el ámbito de actuación del Proyecto Equal [Tic@1](#), y tomando como base los datos del Instituto Geográfico Nacional la superficie total del Valle del Almanzora se divide según muestra el Cuadro I:



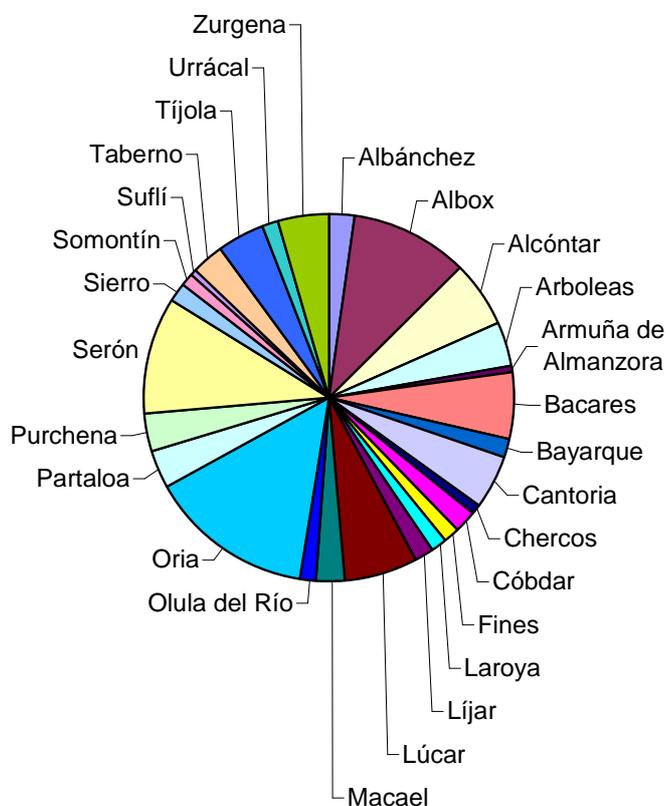
MUNICIPIO	SUPERFICIE EN KM2	PORCENTAJE	ORDEN
ALBANCHEZ	35,13	2,16%	15
ALBOX	168,42	10,33%	2
ALCÓNTAR	93,91	5,76%	6
ARBOLEAS	66,05	4,05%	10
ARMUÑA DE ALMANZORA	7,95	0,49%	27
BACARES	94,92	5,82%	5
BAYARQUE	26,37	1,62%	19
CANTORIA	79,02	4,85%	7
CHERCOS	13,36	0,82%	25
CÓBDAR	31,78	1,95%	16
FINES	23,08	1,42%	22
LAROYA	21,66	1,33%	23
LÍJAR	28,13	1,73%	17
LÚCAR	100,41	6,16%	4
MACAEL	43,76	2,68%	14
OLULA DEL RÍO	23,52	1,44%	21
ORIA	234,75	14,40%	1
PARTALOA	52,56	3,22%	12
PURCHENA	56,47	3,46%	11
SERÓN	166,4	10,21%	3
SIERRO	27,44	1,68%	18
SOMONTÍN	16,19	0,99%	24
SUFLÍ	10,13	0,62%	26
TABERNO	44,09	2,70%	13
TÍJOLA	67,52	4,14%	9
URRÁCAL	25,47	1,56%	20
ZURGENA	71,58	4,39%	8
VALLE DEL ALMANZORA	1630,07	100%	



Esta distribución superficial, representada de manera gráfica, es la siguiente (Gráfico I):

GRÁFICO I

- Albánchez
- Albox
- Alcóntar
- Arboleas
- Armuña de Almanzora
- Baces
- Bayarque
- Cantoria
- Chercos
- Cóbdar
- Fines
- Laroya
- Lijar
- Lúcar
- Macael
- Olula del Río
- Oria
- Partaloa
- Purchena
- Serón
- Sierro
- Somontín
- Sufli
- Taberno
- Tijola
- Urrácal
- Zurgena





Población

Desde un punto de vista demográfico, y por los datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística para 2005, la población empadronada en el Valle del Almanzora presenta la siguiente distribución (Cuadro II):

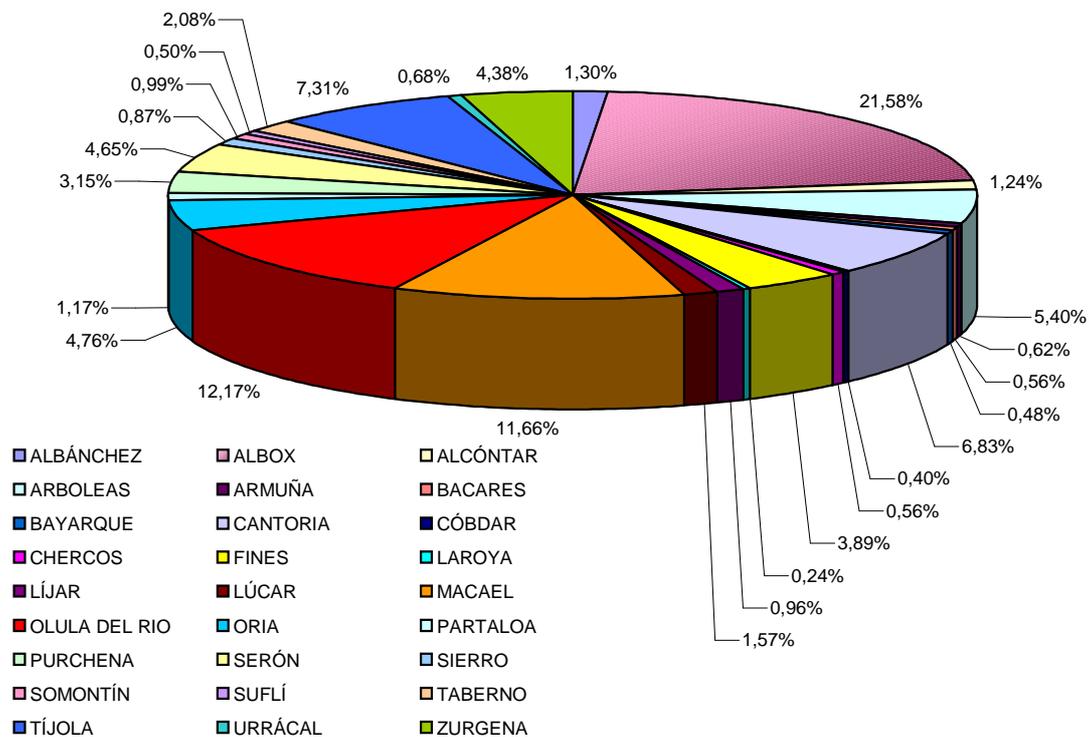
CUADRO II

MUNICIPIO	POBLACIÓN	PORCENTAJE	ORDEN
ALBANCHEZ	681	1,30%	14
ALBOX	11.271	21,58%	1
ALCÓNTAR	647	1,24%	15
ARBOLEAS	2.819	5,40%	6
ARMUÑA	322	0,62%	21
BACARES	291	0,56%	23
BAYARQUE	250	0,48%	25
CANTORIA	3.565	6,83%	5
CÓBDAR	210	0,40%	26
CHERCOS	295	0,56%	22
FINES	2.032	3,89%	10
LAROYA	127	0,24%	27
LÍJAR	500	0,96%	18
LÚCAR	822	1,57%	13
MACAEL	6.091	11,66%	3
OLULA DEL RIO	6.358	12,17%	2
ORIA	2.488	4,76%	7
PARTALOA	611	1,17%	16
PURCHENA	1.645	3,15%	11
SERÓN	2.429	4,65%	8
SIERRO	457	0,87%	19
SOMONTÍN	515	0,99%	17
SUFLÍ	260	0,50%	24
TABERNO	1.085	2,08%	12
TÍJOLA	3.820	7,31%	4
URRÁCAL	353	0,68%	20
ZURGENA	2.288	4,38%	9
VALLE DEL ALMANZORA	52.232	100%	



Esta distribución demográfica representada de manera gráfica está recogida en el Gráfico II:

GRÁFICO II





Tejido Empresarial

Según el número de empresas y por los datos recogidos a través del Impuesto de Actividades Económicas de 2004, las empresas del Valle del Almanzora se distribuyen entre los municipios de la siguiente forma (Cuadro III):

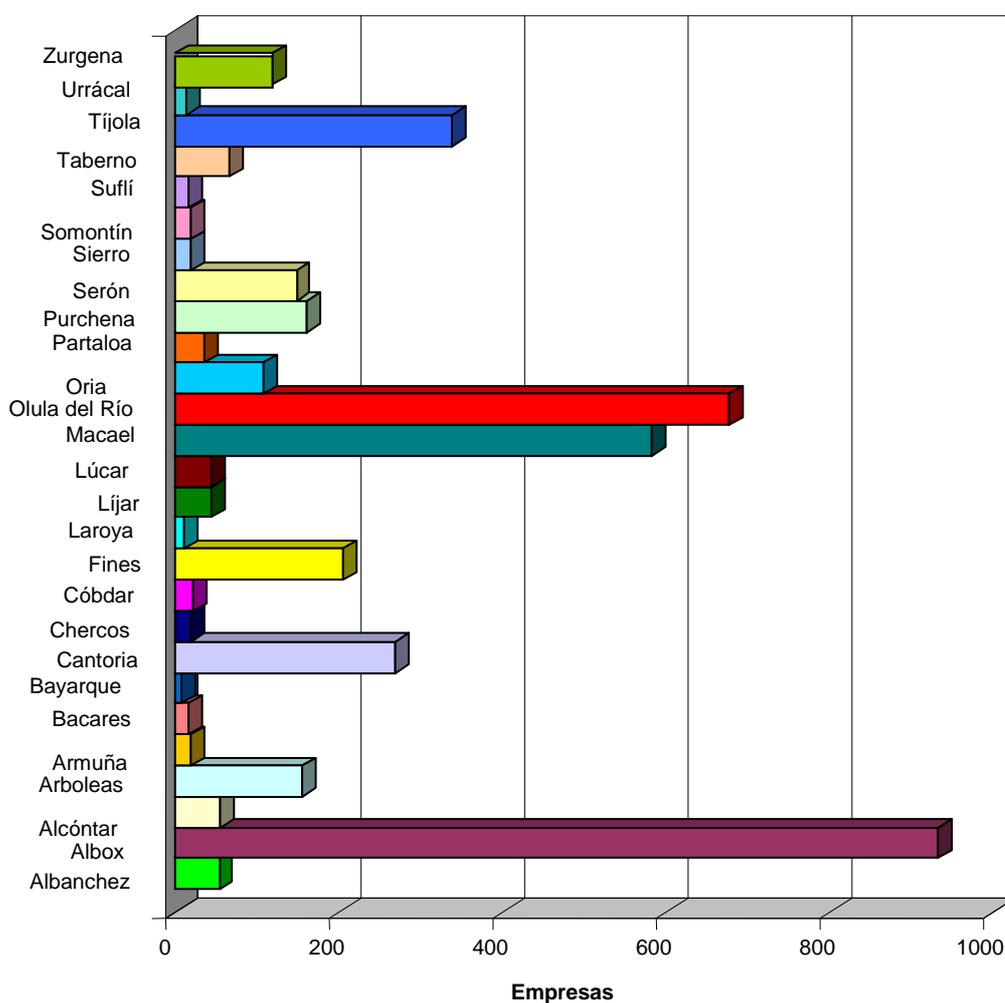
CUADRO III

<i>MUNICIPIO</i>	EMPRESAS	PORCENTAJE	ORDEN
ALBANCHEZ	54	1,29 %	14
ALBOX	971	23,16%	1
ALCÓNTAR	55	1,31%	13
ARBOLEAS	155	3,70%	8
ARMUÑA	18	0,43%	19
BACARES	17	0,41%	23
BAYARQUE	7	0,17%	27
CANTORIA	270	6,44%	5
CÓBDAR	18	0,43%	20
CHERCOS	21	0,50%	18
FINES	206	4,91%	6
LAROYA	10	0,24%	26
LÍJAR	44	1,05%	15
LÚCAR	43	1,03%	16
MACAEL	583	13,90%	3
OLULA DEL RIO	679	16,19%	2
ORIA	108	2,58%	11
PARTALOA	36	0,86%	17
PURCHENA	161	3,84%	7
SERÓN	148	3,53%	9
SIERRO	18	0,43%	21
SOMONTÍN	18	0,43%	22
SUFLÍ	16	0,38%	24
TABERNO	66	1,57%	12
TÍJOLA	338	8,06%	4
URRÁCAL	14	0,33%	25
ZURGENA	119	2,84%	10
VALLE DEL ALMANZORA	4193	100%	



Si se representa gráficamente esta distribución del tejido empresarial en el Valle del Almanzora se obtiene el Gráfico III:

GRÁFICO III





Correlaciones

Si correlacionamos la población, la superficie y las empresas de los municipios del Valle del Almanzora, según porcentajes sobre el total y en una escala ordinal descendente, obtenemos la información recogida en el Cuadro IV:

CUADRO IV

MUNICIPIO	POBLACIÓN	SUPERFICIE	EMPRESAS
ALBANCHEZ	1,30% (14)	2,16% (15)	1,29% (14)
ALBOX	21,58% (1)	10,33% (2)	23,16% (1)
ALCÓNTAR	1,24% (15)	5,76% (6)	1,31% (13)
ARBOLEAS	5,40% (6)	4,05% (10)	3,70% (8)
ARMUÑA	0,62% (21)	0,49% (27)	0,43% (19)
BACARES	0,56% (23)	5,82% (5)	0,41% (23)
BAYARQUE	0,48% (25)	1,62% (19)	0,17% (27)
CANTORIA	6,83% (5)	4,85% (7)	6,44% (5)
CÓBDAR	0,40% (26)	0,82% (25)	0,43% (20)
CHERCOS	0,56% (22)	1,95% (16)	0,50% (18)
FINES	3,89% (10)	1,42% (22)	4,91% (6)
LAROYA	0,24% (27)	1,33% (23)	0,24% (26)
LÍJAR	0,96% (18)	1,73% (17)	1,05% (15)
LÚCAR	1,57% (13)	6,16% (4)	1,03% (16)
MACAEL	11,66% (3)	2,68% (14)	13,90% (3)
OLULA DEL RIO	12,17% (2)	1,44% (21)	16,19% (2)
ORIA	4,76% (7)	14,40% (1)	2,58% (11)
PARTALOA	1,17% (16)	3,22% (12)	0,86% (17)
PURCHENA	3,15% (11)	3,46% (11)	3,84% (7)
SERÓN	4,65% (8)	10,21% (3)	3,53% (9)
SIERRO	0,87% (19)	1,68% (18)	0,43% (21)
SOMONTÍN	0,99% (17)	0,99% (24)	0,43% (22)
SUFLÍ	0,50% (24)	0,62% (26)	0,38% (24)
TABERNO	2,08% (12)	2,70% (13)	1,57% (12)
TÍJOLA	7,31% (4)	4,14% (9)	8,06% (4)
URRÁCAL	0,68% (20)	1,56% (20)	0,33% (25)
ZURGENA	4,38% (9)	4,39% (8)	2,84% (10)



Del Cuadro IV se desprenden una serie de conclusiones. En primer lugar, al cruzar los datos ordinales referidos a población, superficie y número de empresas, nos encontramos con un grupo de municipios que ofrecen una gran regularidad en el puesto ocupado en los tres apartados (Albanchez, Albox, Cantoria, Laroya, Líjar, Sierro, Suflí, Taberno, Urrácal y Zurgena), mientras que hay otros que destacan por la irregularidad en alguna de las columnas (Bacares, Fines, Lúcar, Macael, Olula del Río y Oria). En segundo lugar, si este análisis inicial se lleva a cabo entre dos de las tres columnas, debemos establecer una diferenciación más concreta:

- Si comparamos los datos de población con superficie, podemos afirmar que la mayoría de los municipios del Valle del Almanzora presentan una distribución muy homogénea, es decir, su posición relativa tanto en superficie como en número de habitantes mantiene una correlación muy alta. Por el contrario, y a pesar de lo mencionado, existen dos pequeños grupos claramente diferenciados: por un lado, aquellos municipios cuya posición según superficie es mucho más alta que la que ocupan por población (Bacares, Chercos, Lúcar y Oria); y por otro lado, municipios que con una posición en el total del Valle del Almanzora muy baja por superficie, concentran a una gran población en su término municipal (Fines, Macael y Olula del Río). Es preciso destacar el caso concreto de Olula del Río, municipio que abarca una de las superficies más pequeñas, pero que ocupa el segundo lugar en número de habitantes en el total del Valle del Almanzora.

- Si comparamos los datos de superficie con empresas, podemos afirmar que igualmente se presenta una distribución muy homogénea, pero que vuelven a destacarse dos subgrupos: por un lado, el de aquellos municipios con una gran superficie relativa en el total del Valle del Almanzora pero con un bajo porcentaje de empresas (Oria, Lúcar y Bacares); y por otro, aquellos con una superficie pequeña dentro del total pero con un porcentaje muy alto dentro del número de empresas del Valle del Almanzora (Fines, Macael, Olula del Río). Nuevamente es de destacar el caso concreto de Olula del Río, aunque los municipios



centrados en la industria del mármol son en esta ocasión los que una distribución más heterogénea muestran en el análisis comparativo de las posiciones relativas en número de empresas y superficie.

- Si comparamos, por último, los datos de población y número de empresas, la correlación es prácticamente perfecta, especialmente en aquellos municipios con mayor población. De lo anterior se desprende que el espíritu empresarial se encuentra homogéneamente repartido por todos los municipios del Valle del Almanzora.

Empleo

Con respecto a las tasas de empleo de la población residente en el ámbito territorial del Proyecto Equal Tic@1, de los datos recogidos por el Instituto de Estadística de Andalucía se desprende que de una población censada de más de 50.000 personas en 2004, poco más de 2.500 se encontraban desempleadas, lo que supone un 5% del total. Si esta cifra la relacionamos con la población activa, y no con la población residente, el porcentaje aumenta hasta el 13%. Todos estos datos vienen recogidos en el Cuadro V:

CUADRO V

Municipio	Población	P. Activa	P.Ocupada	P. Desempleada
ALBANCHEZ	681	341	301	40
ALBOX	11.271	4.237	3.739	498
ALCÓNTAR	647	246	190	56
ARBOLEAS	2.819	620	522	98
ARMUÑA	322	110	85	25
BACARES	291	126	121	5
BAYARQUE	250	89	87	2
CANTORIA	3.565	1.250	986	264
CÓBDAR	210	66	48	18
CHERCOS	295	94	78	16
FINES	2.032	808	729	79



LAROYA	127	38	34	4
LÍJAR	500	196	135	61
LÚCAR	822	339	236	103
MACAEL	6.091	2.437	2.225	212
OLULA DEL RIO	6.358	2.650	2.400	250
ORIA	2.488	790	736	54
PARTALOA	611	161	78	83
PURCHENA	1.645	670	540	130
SERÓN	2.429	880	736	144
SIERRO	457	153	135	18
SOMONTÍN	515	180	157	23
SUFLÍ	260	86	65	21
TABERNO	1.085	329	238	91
TÍJOLA	3.820	1.611	1.311	300
URRÁCAL	353	145	142	3
ZURGENA	2.288	935	895	40
VALLE DEL ALMANZORA	52.232	19.587	16.949	2.638

Pero al analizar la población activa del Valle del Almanzora desde una perspectiva de género y según el informe “Situación Laboral de las Mujeres en Andalucía” llevado a cabo en Marzo de 2004 por el sindicato CCOO, y si nos aproximamos al paro femenino desde un enfoque comarcal y no municipal, se puede afirmar que destacan cuatro comarcas andaluzas en las que la incidencia del paro femenino es menor, las cuales además son almerienses:, aunque sólo dos de ellas tienen una tasa de paro inferior a la media nacional: Campo de Dalías y Bajo Almanzora, con 10’8% y 17’1%. Las otras dos, tanto Campo de Níjar y Bajo Andarax con un 19’8% como Alto Almanzora con 20’3%, quedan ya por encima del 18’8% de la media española. De los datos anteriores se desprende que la tasa de paro femenino en el total del Valle del Almanzora se sitúa alrededor de la media nacional y por tanto es inferior a la media andaluza.

Los datos disponibles parecen también apuntar una relación entre el tamaño del municipio y la tasa de actividad femenina, de tal forma que a municipios de mayor tamaño le corresponde una mayor incorporación de la mujer al mercado de trabajo; sin embargo, las diferencias sólo son significativas para los municipios más pequeños, los que cuentan con menos de mil habitantes, donde la tasa de actividad media ronda el 33’7%.



Asociacionismo Empresarial

Según la propia definición que ofrece la Junta de Andalucía, el asociacionismo empresarial es un agrupamiento de empresas que pertenecen a un sector de actividad concreto, o que operan en un ámbito geográfico determinado, que deciden aunar sus esfuerzos en defensa de sus intereses. Puede servir además como fuente de información sobre la actividad empresarial en la zona, empresas existentes, etc., y a su vez permite acceder a cursos de formación, contactos, etc. En definitiva, se puede afirmar que el asociacionismo empresarial ofrece una serie de ventajas a sus miembros o asociados, entre otras:

- La coordinación y unión de fuerzas (a veces de criterios) frente a problemas comunes.
- La creación y mantenimiento de servicios propios de interés común para sus miembros.
- El apoyo a las acciones necesarias para facilitar la formación profesional así como la innovación tecnológica.

En el Valle del Almanzora existen las siguientes asociaciones empresariales:

- ACOMOL (Asociación de Comerciantes de Olula del Río).
- ACOSEMA (Asociación de Comercios y Servicios de Macael).
- AEPA (Asociación de Empresarios y Profesionales de Albox).
- ASECAN (Asociación de Empresarios de Cantoria).
- ASEMFIN (Asociación de Empresarios y Comerciantes de Fines).
- Asociación de Empresarios del Mármol.
- Asociación de Empresarios del Polígono Industrial de Olula del Río.
- Asociación de Empresarios Turísticos del Valle del Almanzora (Serón).
- Asociación de Productos Cárnicos de Serón.
- Asociación para el Desarrollo Urbanístico del Almanzora (Albox).



- Asociación San Antonio de Hijate (Alcón tar).

Partiendo de un nivel aceptable de asociacionismo empresarial en el Valle del Almanzora, aún existe un margen importante para una mayor implicación de comerciantes en la defensa de sus intereses colectivos y de cara a abordar proyectos concretos de cooperación. Por razones de coste y efectividad, tales proyectos de cooperación son en muchas ocasiones la mejor opción para abordar cuestiones en materia de aprovisionamiento, de servicios comunes u otros ámbitos que refuercen las capacidades del tejido comercial.

Zonas

El Valle del Almanzora, con los veintisiete municipios que lo conforman, y tras una breve aproximación a su realidad empresarial, puede ser dividido en tres ámbitos o zonas geográficas que se caracterizan por el sector empresarial dominante en cada una de ellas:

- Zona Este del Valle: cuyo centro neurálgico se encuentra en Albox, tanto por población como por número de empresas, pero donde se incluirían también aquellos municipios que entran dentro de su ámbito de influencia (Arboleas, Zurgena...). Desde un punto de vista empresarial la zona se caracteriza por la preponderancia del sector servicios. En la Zona Este del Valle también se concentran el mayor porcentaje de empresas o autónomos liberales (abogados, aparejadores, médicos...). Una de cada tres empresas dedicadas a los servicios y/o profesiones liberales en el Valle del Almanzora se encuentra domiciliada en esta Zona Este del Valle (Véase Anexo I).
- Zona Centro del Valle: cuyo centro neurálgico se encuentra en los municipios de Macael y Olula del Río, aunque igualmente se incluyen aquellos municipios que entran dentro del ámbito de influencia (Fines, Purchena, Cantoria...). Desde un punto de vista



empresarial, la Zona Centro está abrumadoramente dominada por el sector de la piedra natural, hasta el punto de que una de cada cinco empresas en la Zona Centro del Valle se encuentra directamente relacionada con la industria de la piedra natural (Véase Anexo I).

- Zona Oeste del Valle: cuyo centro neurálgico se encuentra en Serón, con municipios alrededor que formarían parte de la Zona Oeste (Alcóntar, Bacaes...). Desde un punto de vista empresarial, se caracteriza por las fábricas de productos cárnicos y por un sector servicios orientado hacia el turismo. De hecho, la mitad de las empresas de la Zona Oeste del Valle se encuadran dentro de los sectores anteriormente mencionados (Véase Anexo I).

Mármol

Por su significación en el total del Valle del Almanzora, es preciso realizar una mención particular al mármol como principal fuente de riqueza de municipios como Macael, Olula del Río, Fines, Cantoria y Purchena –todos ellos comprendidos dentro de la Zona Centro del Valle. En estos municipios se concentran la mayor parte de las empresas de extracción y elaboración de este mineral, en torno a las que gira en gran medida la actividad económica de la zona.

Tal importancia ha tenido y tiene el sector del mármol, no ya sólo a nivel comarcal sino a nivel provincial, que hasta mediados de los noventa ha sido el sector industrial más importante de la provincia de Almería, siendo sólo superado en los últimos años por las industrias relacionadas con la agricultura intensiva (plásticos, embalaje, semillas, etc.).

Si gracias al mármol el desarrollo de los municipios de la Zona Centro del Valle ha sido incuestionable en las últimas décadas, se ha de destacar también la fuerte dependencia de estos municipios con respecto al mismo sector. Lo demuestra el hecho de que en 1991, mientras que en el conjunto de la provincia trabajaba en la industria el 10,3 % de la población ocupada,



en Macael este porcentaje se elevaba hasta el 64,1 %, en Fines era el 58,4 % y en Olula del Río el 49,7 %. Por otra parte, la industria del mármol da trabajo, directo o indirecto, a muchos habitantes de otros municipios de la zona: Albanchez, Albox, Cobdar, Chercos, Lijar, Lubrín, Zurgena...

Diversificación Sectorial

La dependencia de un sector económico concreto no es un buen indicador económico del desarrollo global de una zona. Por eso, poner énfasis en la diversificación sectorial como aspecto clave para una mayor dinamización del Valle del Almanzora, se presenta como un elemento esencial para que la zona siga presentando unos altos índices de crecimiento económico.

La OCDE recomienda una mejora en la calidad de los servicios públicos e insta a reducir la segmentación en el mercado laboral, así como a aumentar la participación femenina en éste con la adecuación de los horarios laborales, logrando de este modo una mejor conciliación de la vida laboral y familiar. La diversificación sectorial ha demostrado ser un instrumento favorecedor de todo lo anterior. Y el Proyecto Equal Tic@1 tiene puesto su empeño en ello.

En los últimos años, el Valle del Almanzora ha encontrado nuevos campos empresariales abiertos que lentamente van abriéndose paso en la realidad económica del Valle. El turismo rural, los productos cárnicos y los servicios orientados hacia una población extranjera residente cada vez más numerosa son sólo algunos de estos nuevos nichos empresariales que, sin restar importancia al sector predominante de la piedra natural, van favoreciendo una mayor diversificación sectorial en la zona.



Muestra de Empresas

Con el fin de ahondar en el conocimiento del tejido empresarial en el Valle del Almanzora se procedió a seleccionar una muestra de empresas que a priori pudieran resultar interesantes para los propósitos del Proyecto Equal Tic@1. En este sentido, no se trató de hacer una muestra representativa de todo el universo objeto de estudio, sino de seleccionar un tipo de muestreo que resultase funcional. Así pues, se tuvieron en cuenta para la selección de las empresas dos variables concretas: en primer lugar, la localización (empresas de todos los municipios del Valle del Almanzora); y, en segundo lugar, sector económico (empresas de todos los sectores económicos presentes en la zona).

Sobre el número total de empresas del Valle del Almanzora (más de 4.000) se propuso la realización de un cuestionario (véase Anexo II) a una muestra de 200 empresas que pudieran servir como punto de partida y base documental para el diagnóstico cuantitativo y cualitativo posterior sobre los siguientes aspectos:

- El nivel de innovación, utilización e implantación de las NTIC por parte de los trabajador@s autonom@s y PYMES en el territorio del proyecto.
- Las necesidades de formación, habilidades sociales y adaptabilidad de los trabajador@s.
- La viabilidad del modelo 'Jobrotation' a la hora de identificar los obstáculos y proponer soluciones que contribuyan a la implantación de este modelo en el Valle del Almanzora.

Estas 200 empresas que forman parte de la muestra, se han distribuido entre el total de municipios del Valle del Almanzora según se muestra en el Cuadro VI:



CUADRO VI

<i>MUNICIPIO</i>	<i>EMPRESAS</i>	<i>%</i>	<i>MUESTRA</i>
ALBANCHEZ	54	1,29 %	3
ALBOX	971	23,16%	45
ALCÓNTAR	55	1,31%	3
ARBOLEAS	155	3,70%	7
ARMUÑA	18	0,43%	1
BACARES	17	0,41%	1
BAYARQUE	7	0,17%	1
CANTORIA	270	6,44%	13
CÓBDAR	18	0,43%	1
CHERCOS	21	0,50%	1
FINES	206	4,91%	10
LAROYA	10	0,24%	1
LÍJAR	44	1,05%	2
LÚCAR	43	1,03%	2
MACAEL	583	13,90%	28
OLULA DEL RIO	679	16,19%	33
ORIA	108	2,58%	5
PARTALOA	36	0,86%	1
PURCHENA	161	3,84%	7
SERÓN	148	3,53%	7
SIERRO	18	0,43%	1
SOMONTÍN	18	0,43%	1
SUFLÍ	16	0,38%	1
TABERNO	66	1,57%	3
TÍJOLA	338	8,06%	16
URRÁCAL	14	0,33%	1
ZURGENA	119	2,84%	5
VALLE DEL ALMANZORA	4193	100%	200



Tras difundir el cuestionario entre las empresas del Valle del Almanzora a través de los socios de la Agrupación de Desarrollo Adaptalmanzora, las asociaciones empresariales y los ALPEs, se procedió a la recopilación de los mismos y al análisis de los datos ofrecidos. Las 200 empresas analizadas¹ se encuentran recogidas en el Cuadro VII.

CUADRO VII

	Municipio	Empresa
1	Albanchez	Travertinos de Almería
2	Albanchez	M ^a Isabel Torrente – Farmacia
3	Albanchez	Mármoles Sánchez Velázquez
4	Albox	Herrajes El Metro, S.L.
5	Albox	Gallego Box, S.A.
6	Albox	Gesprobox
7	Albox	Proyme Ingenieros, C.B.
8	Albox	Kronos Wellness, S.L.
9	Albox	Fontalmanzora
10	Albox	Exclusivas Sito
11	Albox	Alonso & Garrido Abogados
12	Albox	Inmobiliaria Almanzora
13	Albox	Fotos Fábrega
14	Albox	Helados Los Valencianos
15	Albox	Tienda Mi PC
16	Albox	Oliver Grupo Inmobiliario, S.L.
17	Albox	New Villas Sol de Andalucía
18	Albox	Transrumar
19	Albox	Antono Ruiz Mármol
20	Albox	Línea Gráfica
21	Albox	Fontanería Diego
22	Albox	Urbarural, S.L.L.
23	Albox	Yesos Proyectados Baladre
24	Albox	Doytel Almanzora, S.L.L.

- (1) Otras empresas también devolvieron el cuestionario, pero para ser fieles a los criterios de selección mencionados se consideraron exclusivamente aquellas que por orden de recepción entraban dentro de las cifras concretas de cada municipio



25	Albox	Fermín Moreno Torrente
26	Albox	Construcciones Permy, C.B.
27	Albox	Seguros Antonio Valdés
28	Albox	Automecánica José Larios Carmona
29	Albox	Bar Tony
30	Albox	Aipeco
31	Albox	Pedro Antonio Rodríguez Rodríguez
32	Albox	José León Jiménez Oller
33	Albox	Proyconsbox, S.L.
34	Albox	Pedro Torres Sánchez
35	Albox	Pedro Gómez Serrano
36	Albox	Comercial Soto, S.L.
37	Albox	Bar Abenux
38	Albox	Construcciones El Pinzao
39	Albox	Tragarcía, S.L.
40	Albox	Autotransalbox, S.L.
41	Albox	Fernando Redondo Reche
42	Albox	Yesos El Cuquillo, S.L.
43	Albox	Ingeniería Estanislao Trabalón
44	Albox	D'Arte Construcciones
45	Albox	Neosystem Soluciones Informáticas, S.L.
46	Albox	Jelimar, S.L.
47	Albox	Disyco La Gubia, S.L.
48	Albox	Federopticos Díaz
49	Alcóntar	Hijos de Catalina Rodríguez
50	Alcóntar	Restaurantes Los Marines
51	Alcóntar	Agrícolas Pérez Navarro
52	Arboleas	Talleres Lumafran S.C.A.
53	Arboleas	Taller Agrícola Oller S.L.
54	Arboleas	Muebles Rodríguez
55	Arboleas	Miguel Quiles
56	Arboleas	Promociones Lakes-Vega
57	Arboleas	Martínez y Armada, S.L.
58	Arboleas	Llano Oliva, S.A.T.
59	Armuña	Industrias Agrícolas del Almanzora
60	Bacares	EcoFilabres S.L.
61	Bayarque	José Pérez Valverde



62	Cantoria	Marble Ortega Stone S.L.
63	Cantoria	Publi-Part
64	Cantoria	Hermanos Pérez Finaña, S.C.A.
65	Cantoria	Rural Cantoria - Promorur
66	Cantoria	Inés Piñero Granero
67	Cantoria	Mármoles Capel
68	Cantoria	María Dolores Linares López
69	Cantoria	Ramón Peña Carreño
70	Cantoria	Josefa Pintor Reche - Farmacia
71	Cantoria	Preferían
72	Cantoria	Ortigosa Martínez, S.L.
73	Cantoria	Electromar, C.B.
74	Cantoria	Patrocinio Martos Miras
75	Cóbdar	Mª Mar Pardo Losilla
76	Chercos	Piedra Ornamental Torrobia-Macael
77	Fines	Automóviles Rodríguez Sánchez
78	Fines	Infosur Sistemas Informáticos S.L.
79	Fines	Cecilio Martos Galera
80	Fines	FinesForm, S.L.
81	Fines	Mármoles Mofimar S.L.
82	Fines	Montajes Eléctricos Ramírez S.L.
83	Fines	Reparaciones Muñoz
84	Fines	Inmofines C.B.
85	Fines	Construcciones Mecánicas MAM, S.L.
86	Fines	Tracomar
87	Laroya	Reaul Alto
88	Líjar	Mármoles Hermanos Martínez
89	Líjar	Lijareña de Embalajes
90	Lúcar	Industrial Pastelera de Cela
91	Lúcar	Bodegas Alto Almanzora S.L.
92	Macael	Cafetería 4ª Imagen
93	Macael	Cafetería Dimensión
94	Macael	Cafetería Marisol
95	Macael	Cafetería Maruja
96	Macael	La Imprenta
97	Macael	La tienda del Siglo
98	Macael	Multiprecios Maruja



99	Macael	Odisea Informática
100	Macael	Restaurante Hornillos
101	Macael	Video Club Mado
102	Macael	Muebles y Cocinas Martínez
103	Macael	Peluquería Ana
104	Macael	Infinyti
105	Macael	Transporte Andrés Segura
106	Macael	Macael Tours
107	Macael	Carmen Miras Navarro (Estanco)
108	Macael	Ana Cruz García
109	Macael	Juan Luís Roda Rodríguez
110	Macael	Hierros Pedro y Manuel, S.L.
111	Macael	Modas Laly
112	Macael	Lola Rozas (Dolores M ^a Sánchez Rozas)
113	Macael	Jomavic Modas S.L. (JMV) (M ^a Sánchez Sorroche)
114	Macael	Bambinu (M ^a José Muro Mesas)
115	Macael	Jimacas S.C.A.
116	Macael	Dolphin PC (Jose David Sáez Najas)
117	Macael	FotoEstudio (Ana Segovia)
118	Macael	Gala
119	Macael	Indesur Mármoles, S.C.A.
120	Olula del Rio	Advance Technology System
121	Olula del Rio	Princesa Negocios
122	Olula del Rio	Gestoría Administrativa Justo Guevara
123	Olula del Rio	Proelec Comarca del Mármol S.L.
124	Olula del Rio	Talleres Rafael el de Elisa S.L.
125	Olula del Rio	Trans- Algaida S.L.
126	Olula del Rio	Tecno Indalo S.L.
127	Olula del Rio	Mantenimientos y Montajes Carrión y Fuentes
128	Olula del Rio	Gonzalo Martín S.L.
129	Olula del Rio	Criterium
130	Olula del Rio	Aseco, S.C.A.
131	Olula del Rio	Abselen Mármoles, S.A.
132	Olula del Rio	Agemservi, S.L.
133	Olula del Rio	Mavit, S.A.
134	Olula del Rio	Informática 2000
135	Olula del Rio	Fumergarc, S.L.



136	Olula del Rio	Delo 2, S.L.
137	Olula del Rio	Autoelectromecánicas Cruz
138	Olula del Rio	Pascual Gilabert, S.L.U.
139	Olula del Rio	Audico, S.L.
140	Olula del Rio	Indalprint, S.C.A.
141	Olula del Rio	Maderas framado, S.L.
142	Olula del Rio	Mármoles Raamjo, S.L.
143	Olula del Rio	Ramón Jiménez e Hijos
144	Olula del Rio	Mármoles Liria, S.C.A.
145	Olula del Rio	Mármoles Acosam, S.A.
146	Olula del Rio	Distribuidora Frasodi
147	Olula del Rio	Mármoles Liria y Miras
148	Olula del Rio	Antonio Carmona S.L.
149	Olula del Rio	Eduardo Ayala Hierros
150	Olula del Rio	Equipos Tratamientos Aguas Residuales S.A. (EISEN)
151	Olula del Rio	Mensagracex. S.L.L. (Nacex)
152	Olula del Rio	Martos Sola, Enrique
153	Oria	Transloymar de Oria, S.L.
154	Oria	Construcciones Mariano Simón, S.L.
155	Oria	Asesoría Berbel y Berbel
156	Oria	Autocares Gabriel Lizarte
157	Oria	Creaciones Stoyco
158	Partaloea	Partaloea Villas
159	Purchena	Aguema S.L.
160	Purchena	Sevillana de Mármoles S.L.
161	Purchena	Velázquez de Castro
162	Purchena	Comercial Carmona e Hijos
163	Purchena	Omya Clariana S.L.
164	Purchena	Mármoles García Cosentino
165	Purchena	Carpintería San Ginés
166	Serón	Notaría Serón (Patricia M ^a Valverde Muñoz)
167	Serón	Fercoese , S.L.
168	Serón	Construcciones J. Lorenzo
169	Serón	M ^a Ángeles Cuevas Martínez
170	Serón	Explotaciones Agrícolas de Serón
171	Serón	Jamones Segura S.L.



172	Serón	Jamones Framaga
173	Sierro	Oscar Muñoz Pérez
174	Somontín	Ana María García – Farmacia
175	Suflí	Industrias Alimenticias de Suflí
176	Taberno	Comercial Fran Mari
177	Taberno	Francisco González Martínez
178	Taberno	Juan Antonio Carrillo Sánchez
179	Tíjola	Almerisegur
180	Tíjola	Hijos de David Martínez Angulo
181	Tíjola	Gerial, S.L.
182	Tíjola	Volacan, S.L.
183	Tíjola	S.A.T. Olisur
184	Tíjola	Restaurante El Paso
185	Tíjola	Agrofilabres 2000
186	Tíjola	Segucel Celosías
187	Tíjola	Gabino, S.L.
188	Tíjola	Contrucciones Reche, S.L.
189	Tíjola	Azumara, S.L.
190	Tíjola	Carpintería de Aluminio Daniel
191	Tíjola	Agricar. S.C.A.
192	Tíjola	Alanjoes, S.L
193	Tíjola	Parra y Marín
194	Tíjola	Movimientos de Tierras El Jefe
195	Urracal	Panadería Jacinto
196	Zurgena	Montajes Eléctricos Tijeras
197	Zurgena	Mármoles Zurgena S.A.
198	Zurgena	Construcciones Mateo Hinojo S.L.
199	Zurgena	Ramona Martínez Simón
200	Zurgena	Superboom

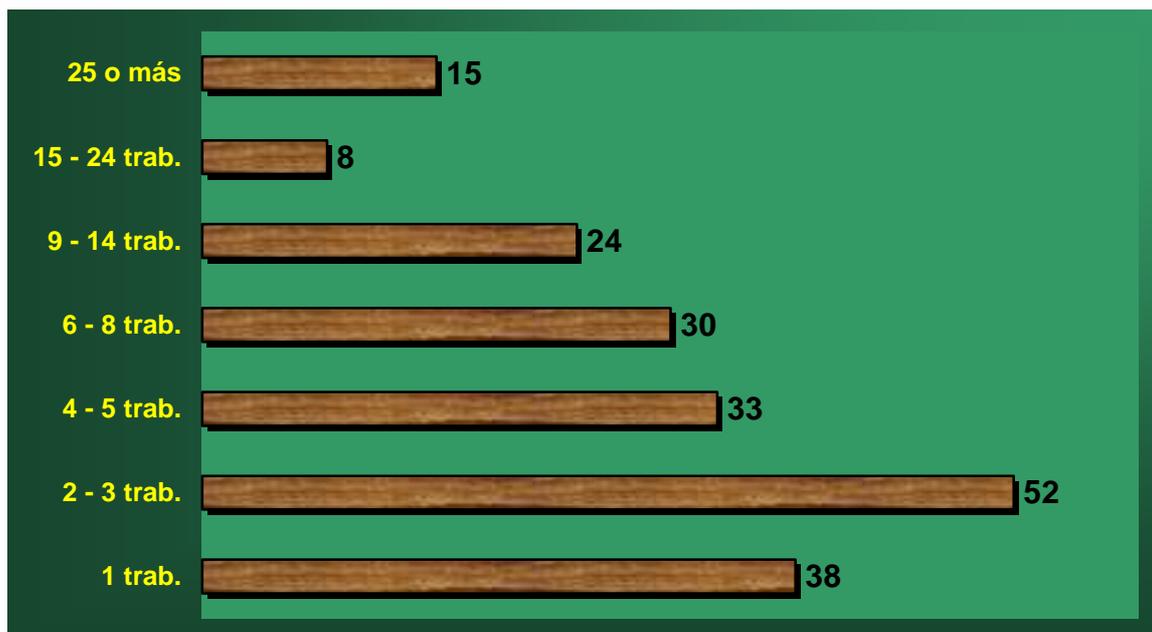


De la información obtenida a partir de los cuestionarios de las empresas recogidas en el Cuadro VII se desprenden los siguientes datos:

Perfil Empresarial

-El tamaño medio de la empresa en el Valle del Almanzora es de 8 trabajadores (concretamente de 8,07; 1613 trabajadores en el total de las 200 empresas).

-Una de cada cinco empresas está formada por un solo trabajador autónomo (concretamente 38 de las 200 empresas son empresas unipersonales), de lo que se desprende la importancia que tiene en la realidad del tejido empresarial del Valle del Almanzora la iniciativa empresarial y el autoempleo.

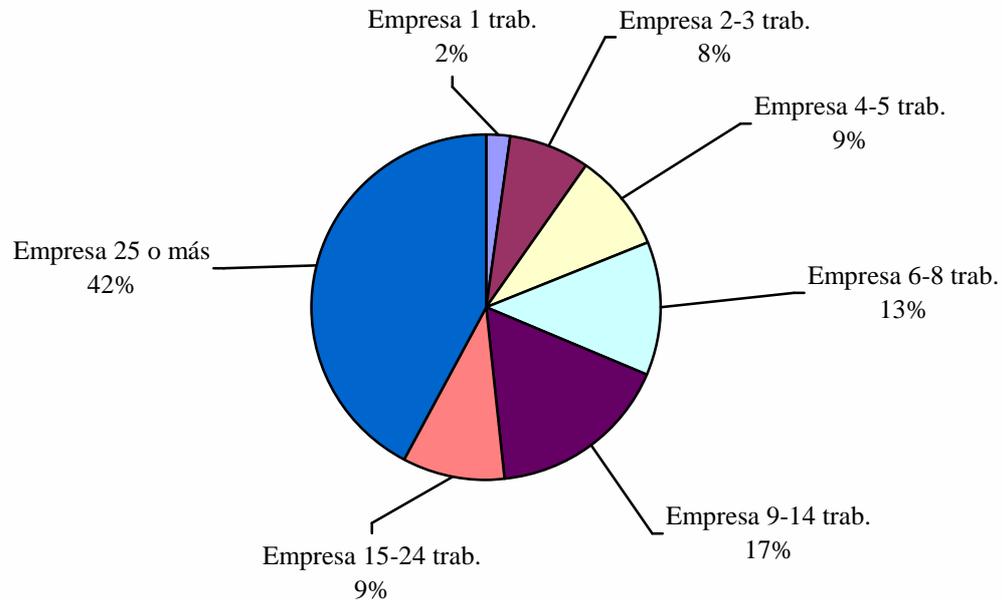


-Las grandes empresas suponen sólo un 7,5% del total de las empresas (15 empresas tienen 25 trabajadores o más en plantilla). La media de trabajadores de estas grandes empresas es de 45,5 trabajadores, con un pico superior de 103 trabajadores en una de ellas.

-Tres de cada cinco trabajadores del Valle del Almanzora son autónomos o pertenecen a una Pyme.



-La distribución de los trabajadores en función del tamaño de la empresa está recogida de manera porcentual en el siguiente gráfico.



-La empresa de carácter familiar es mayoritaria (concretamente 112 de las 200 empresas encuestadas se definieron como empresa familiar). La participación de miembros de la familia en la empresa se cifra en 2,24.

-El 42% de los trabajadores prestan sus servicios en grandes empresas.

-El 85% de las empresas encuestadas afirman estar adaptadas al mercado laboral (concretamente 170 de las 200 empresas así lo hicieron). Los medios mayoritarios a través de los cuales las empresas se adaptan a las nuevas necesidades y demandas del mercado laboral son en orden decreciente los siguientes: Internet (26 incidencias), información (24 incidencias), revistas (19 incidencias), ferias (18 incidencias), cursos (11 incidencias), según la demanda existente (8 incidencias) y publicidad (6 incidencias).

-El 83% de las empresas del Valle del Almanzora mantienen relaciones comerciales con empresas de su mismo sector. De estas empresas, el 75% lo hacen con empresas cuyo domicilio social se encuentra en el propio Valle; y un 70% también con otras empresas fuera del Valle del Almanzora.



-El 70% de las empresas del Valle del Almanzora mantienen relaciones comerciales con empresas de sectores distintos al suyo. De estas empresas, el 88% lo hacen con empresas cuyo domicilio social se encuentra en el propio Valle; y un 65% también con otras empresas fuera del Valle del Almanzora.

-El contacto directo con los clientes es abrumadoramente mayoritario en el caso de las empresas del Valle del Almanzora. Sólo una de las 200 encuestadas respondió negativamente; y sólo dos optaron por la opción ns/nc.

-Las relaciones externas de las empresas encuestadas siguen la siguiente distribución porcentual:

Relaciones con		Porcentaje
Clientes	Buenas	87,5%
	Mejorables	12,5%
	Malas	0,0%
Proveedores	Buenas	85,0%
	Mejorables	14,5%
	Malas	0,5%
Otras empresas	Buenas	75,5%
	Mejorables	24,0%
	Malas	0,5%

-El 60% de las empresas encuestadas afirman que aunque cada trabajador en la empresa tenga una función asignada, en caso de necesidad (por ejemplo, en período de vacaciones) el puesto de un trabajador puede ser desempeñado por otro de sus compañeros, favoreciendo así la adaptabilidad y flexibilidad dentro de la empresa. Cuando esto sucede, en el 84% de los casos la reacción del trabajador que sustituye es calificada como buena. Sólo en un 8% de los casos la reacción es mala.



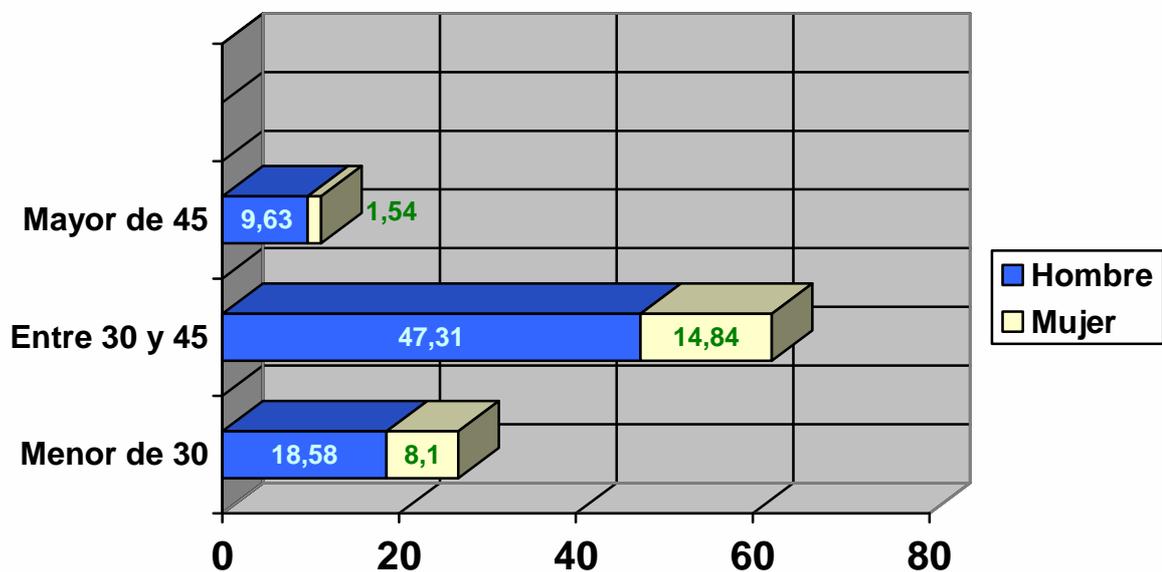
Perfil del trabajador/a

-El perfil mayoritario del trabajador del Valle del Almanzora es el de un hombre con edad comprendida entre los 30 y los 45 años, con hijos dependientes a su cargo, graduado escolar y una titulación acorde al puesto que desempeña.

-Tres de cada cuatro trabajadores en el Valle del Almanzora son hombres, de lo que se desprende la todavía escasa participación femenina en la realidad empresarial de la zona.

-Dos de cada tres trabajadores masculinos de la zona tienen entre 30 y 45 años. Sólo uno de cada ocho tiene más de 45 años. Finalmente, uno de cada cuatro es menor de 30 años.

-Dos de cada tres mujeres trabajadoras del Valle del Almanzora tienen entre 30 y 45 años. Una de cada tres, menos de 30 años. La participación de las mujeres mayores de 45 años en la realidad empresarial del Valle del Almanzora es prácticamente nula.

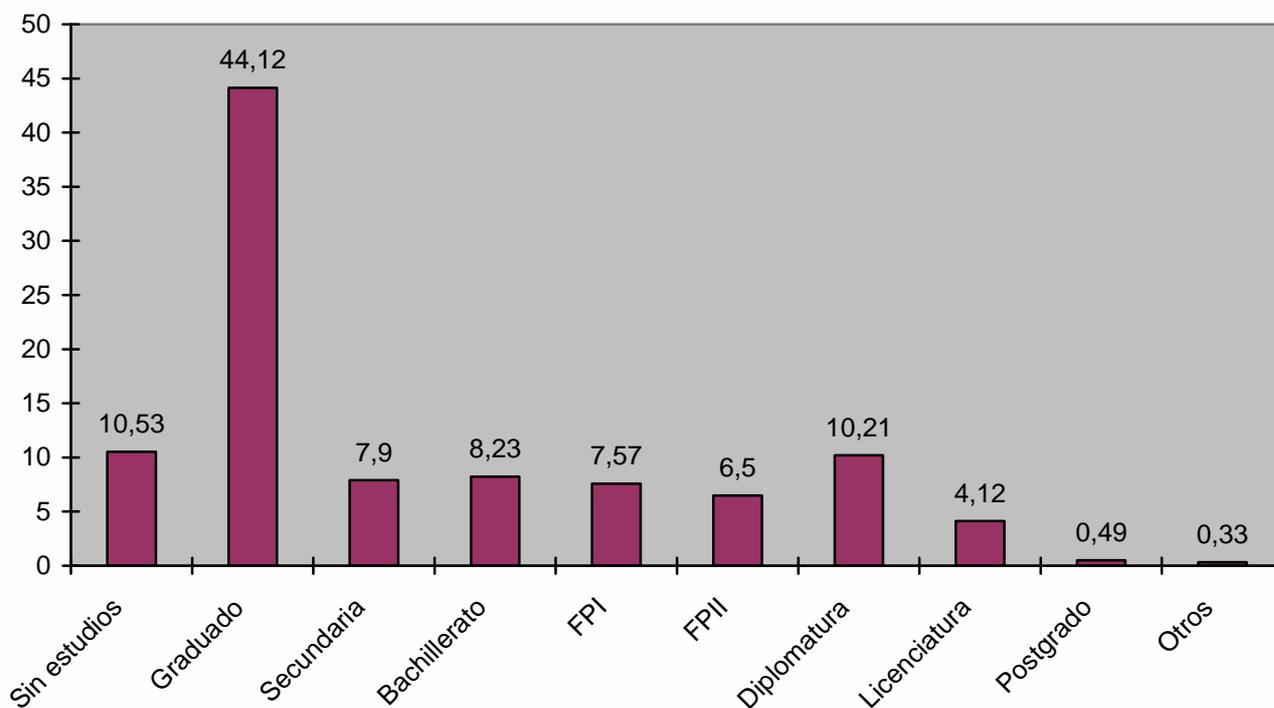




-En tres de cada cuatro empresas encuestadas los trabajadores tienen personas dependientes. Si este dato lo relacionamos con el hecho de que el tamaño de la empresa suele ser muy pequeño, se puede vislumbrar la importancia que el hecho de tener personas dependientes puede representar en la iniciativa empresarial del Valle del Almanzora.

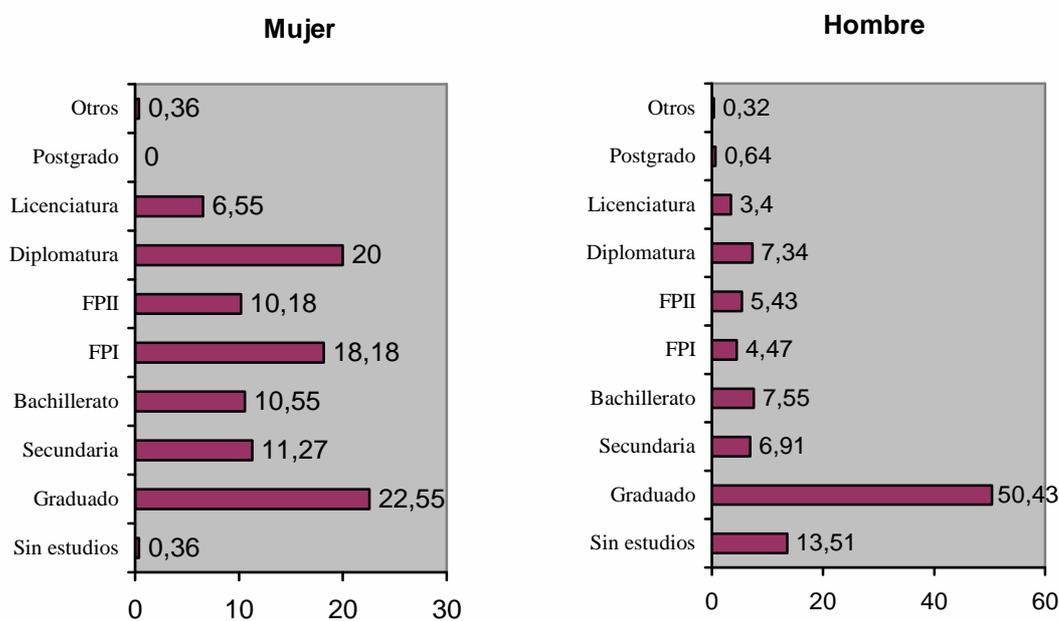
-El 70% de los trabajadores ocupan puestos para los que poseen una titulación acorde.

-El nivel educativo de los trabajadores y trabajadoras del Valle del Almanzora es el siguiente:





-Si diferenciamos entre hombres y mujeres, la realidad educativa es la siguiente:

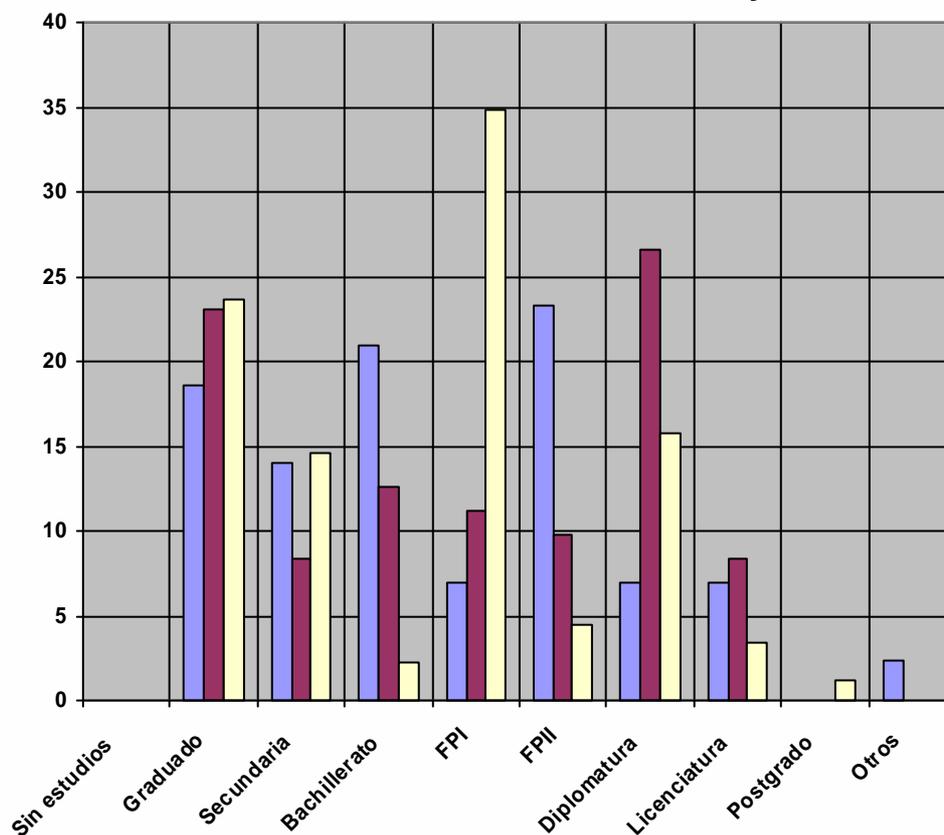


-Si además del sexo, tomamos en cuenta la edad del trabajador, el resultado viene expresado en los siguientes gráficos.



Mujer

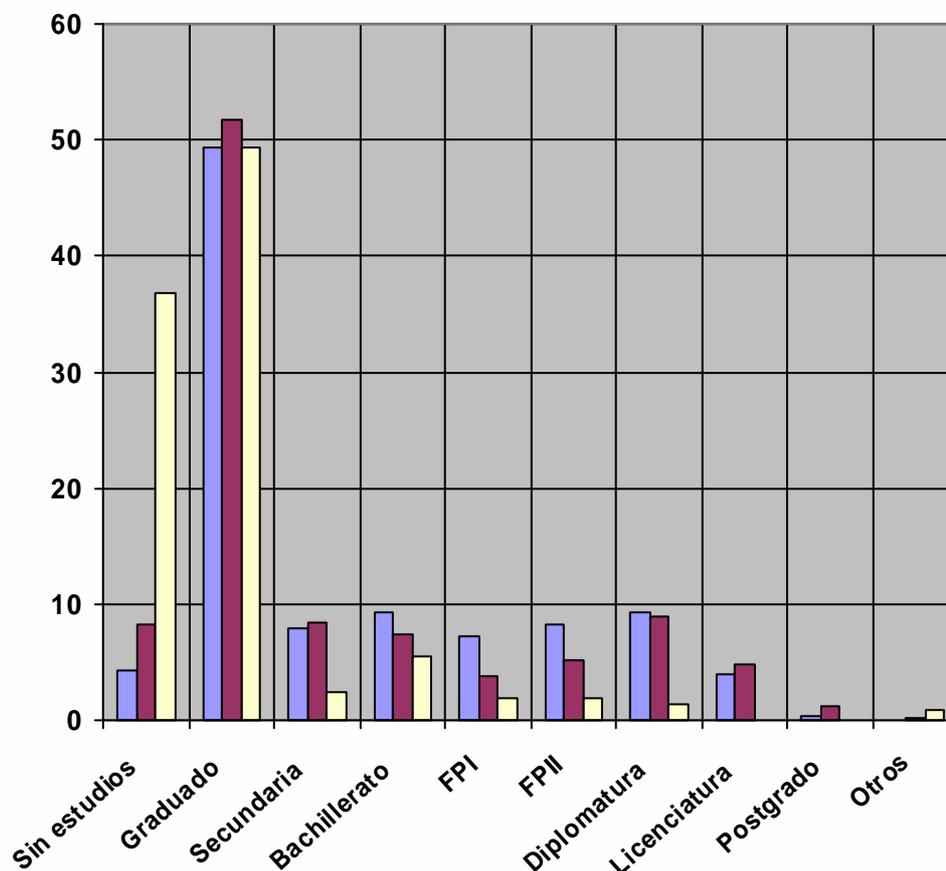
- Menor de 30
- Entre 30 y 45
- Mayor de 45





Hombre

- Menor de 30
- Entre 30 y 45
- Mayor de 45





Nivel tecnológico

-El nivel tecnológico medio de la empresa del Valle del Almanzora es el de una empresa con dos ordenadores con una antigüedad de dos años, que son utilizados esencialmente en labores administrativas y de oficina, con acceso a Internet a través de ADSL.

-Casi el 70% de las empresas del Valle del Almanzora invierten en nuevas tecnologías (concretamente 137 empresas de las 200 encuestadas). La razón mayoritaria para la inversión, en un 60%, es la necesidad de dicha tecnología; el restante 40% afirma invertir para estar al día.

-El número de empresas con ordenadores es de 166, esto es, el 83% de las empresas encuestadas afirma tener algún ordenador.

-El número total de ordenadores en estas 166 empresas es de 681, es decir, 4,1 ordenadores en cada una de ellas. Si la cantidad de ordenadores la relacionamos con el total de empresas encuestadas, el número medio de ordenadores por empresa en el Valle del Almanzora es de 3,41.

-53 empresas tienen sólo un ordenador. De aquí se desprende que casi una de cada dos empresas en la zona no tiene ordenador o sólo posee uno.

-No obstante, si descontamos las empresas sin ordenador o con uno sólo, las restantes 113 empresas poseen un total de 628 ordenadores, lo que aumenta la media de ordenadores por empresa a 5,6.

-Hay dos ordenadores de media por cada cinco trabajadores.

-Los puestos en los que se utilizan los ordenadores son en orden decreciente los siguientes: en la administración de la empresa (48 incidencias); en la oficina (45 incidencias); en todos los puestos (17 incidencias); en la venta (9 incidencias); en la gerencia (6 incidencias).

-El porcentaje de los ordenadores portátiles sobre el total es del 15,71%, esto es, uno de cada seis (concretamente 107 de los 681). Sólo un 35% de las empresas del Valle del Almanzora poseen algún ordenador portátil que pudiera ayudar en principio a la flexibilidad que ofrece el teletrabajo, como nuevo modo de organización del lugar y tiempo de trabajo.

-Un 28,5% de las empresas tiene igual o superior número de ordenadores que de trabajadores.



-La antigüedad de los ordenadores es la siguiente:

Antigüedad	Cantidad	Porcentaje
Menos de 2 años	308	45,23
Entre 2 y 4 años	240	35,24
Entre 4 y 6 años	92	13,51
Más de 6 años	41	6,02

-Una de cada tres empresas en la zona tienen en plantilla alguna persona encargada de la informática.

-El 71% de las empresas afirman tener acceso a Internet (142 empresas del total de 200). De ellas, el 84,5% tiene una conexión ADSL, mientras que el restante 15,4% se conecta a Internet a través de una conexión normal (por ejemplo, a través de un módem).

-Las razones por las que se utiliza Internet son las siguientes en orden decreciente: para consultas y contactos con bancos (32 incidencias); para escribir y recibir correos electrónicos (26 incidencias); para obtener y buscar información (18 incidencias); por motivos de trabajo (17 incidencias); para consultas (11 incidencias); para contactar con los clientes (7 incidencias); para la facturación (5 incidencias).

Demandas formativas

-Tres de cada cuatro empresas en el Valle del Almanzora quieren mejorar la formación de sus trabajadores. Los campos más demandados son: informática, idiomas, contabilidad y prevención de riesgos laborales.

-A pesar de que el 75% de las empresas expresen demandas formativas, más de la mitad no reciben sus trabajadores ningún tipo de formación continua; la razón para no recibir dicha formación es mayoritariamente una cuestión de tiempo, aunque también es de destacar que un 10% de las empresas encuestadas afirmaron no considerar necesaria la formación de sus trabajadores.



-Entre aquellas empresas que sí reciben formación continua (72 de las 200 encuestadas), dicha formación se cubre mayoritariamente (70%) a través de recursos externos.

-La formación continua se realiza en un 25% fuera de la jornada laboral, en un 50% de los casos dentro de la jornada laboral, y en el 25% restante en parte dentro y en parte fuera de la jornada laboral.

-La financiación de la formación continua es asumida en el 67% de los casos por la propia empresa; en un 26% son cursos gratuitos; en un 5% es una formación cuya financiación es compartida por el trabajador/a y la empresa; y finalmente en un 2% de los casos es el trabajador/a exclusivamente quien asume la formación.

Nuevas Tecnologías

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) son herramientas y soporte para el funcionamiento y desarrollo de la empresa. Los sistemas de información, por un lado, mantienen una base de conocimiento que una empresa puede necesitar para su día a día. Entre sus ventajas se encuentra una organización y gestión más fácil así como un apoyo o ayuda para el trabajo diario. Por otro lado, los sistemas de comunicación complementan a los sistemas de información al facilitar el acceso a más de uno, bien desde dentro de la propia empresa o bien desde algún lugar accesible a través de Internet.

Internet y los sistemas de información han dado paso a la llamada “Sociedad de la Información”, esto es, un estadio social y económico basado en el acceso y uso masivo de la información. De esta manera se puede obtener y compartir cualquier información desde cualquier lugar en la forma que se prefiera.



La comunicación a través de NTIC viene a complementar los sistemas de comunicación tradicionales creando nuevos canales, a través de varios formatos desde aplicaciones de comunicación sencillas, como correo electrónico o mensajería instantánea, hasta soluciones más complejas como la telefonía IP, videoconferencia o incluso mediante el manejo de información a través de dispositivos móviles.

Las NTIC son una herramienta fundamental para la empresa que da soporte a los procesos de gestión y organización y contribuye a optimizar los recursos (ahorro de costes y tiempos). Su incorporación permite mejorar la productividad y elevar la calidad del trabajo. En definitiva, ayudan a la empresa a ser más competitiva. La adaptación de las empresas a las NTIC da lugar a la incorporación de una nueva cultura empresarial que contribuye al desarrollo de la mismas.

Para la selección de las 50 empresas participantes en este cuestionario específico sobre el nivel de innovación, utilización e implantación de las NTIC en el territorio del proyecto se utilizó el criterio general de la existencia de ordenadores en la empresa y el más específico de que al menos uno de ellos fuese portátil. Según los criterios mencionados, y una vez analizados los datos, tanto del cuestionario general como del específico, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

- El nivel tecnológico medio de la empresa del Valle del Almanzora es el de una empresa con dos ordenadores con una antigüedad de dos años, que son utilizados esencialmente en labores administrativas y de oficina, con acceso a Internet a través de ADSL.

- El número de empresas con ordenadores es de 166, esto es, el 83% de las empresas encuestadas afirma tener algún ordenador. El número total de ordenadores en estas empresas es de 681, es decir, 4,1 ordenadores en cada una de ellas. Si la cantidad de ordenadores la relacionamos con el total de empresas encuestadas, el número medio de ordenadores por empresa en el Valle del Almanzora es de 3,41.

- Hay dos ordenadores de media por cada cinco trabajadores.

- En el 65% de los ordenadores el sistema operativo utilizado es Windows XP.

- La velocidad media de procesamiento de los ordenadores es de 2.327 Mhz, y de la memoria Ram, 564.

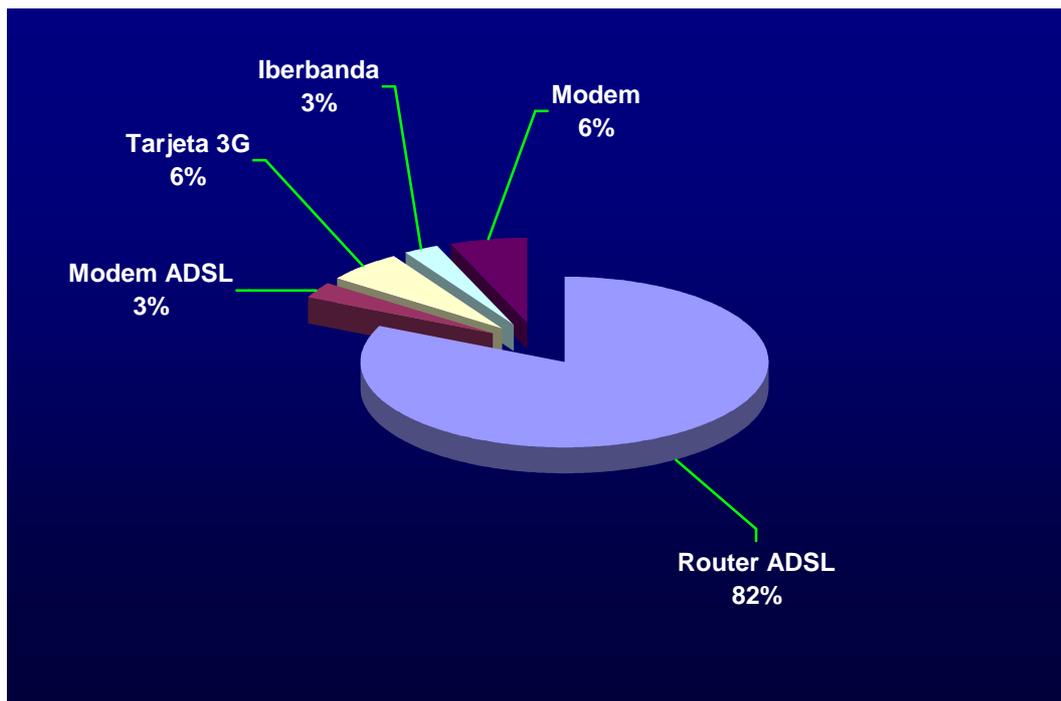


-El porcentaje de los ordenadores portátiles sobre el total es del 15,71%, esto es, uno de cada seis (concretamente 107 de los 681). Sólo un 35% de las empresas del Valle del Almanzora posee algún ordenador portátil que pudiera ayudar en principio a la flexibilidad que ofrece el teletrabajo, como nuevo modo de organización del lugar y tiempo de trabajo.

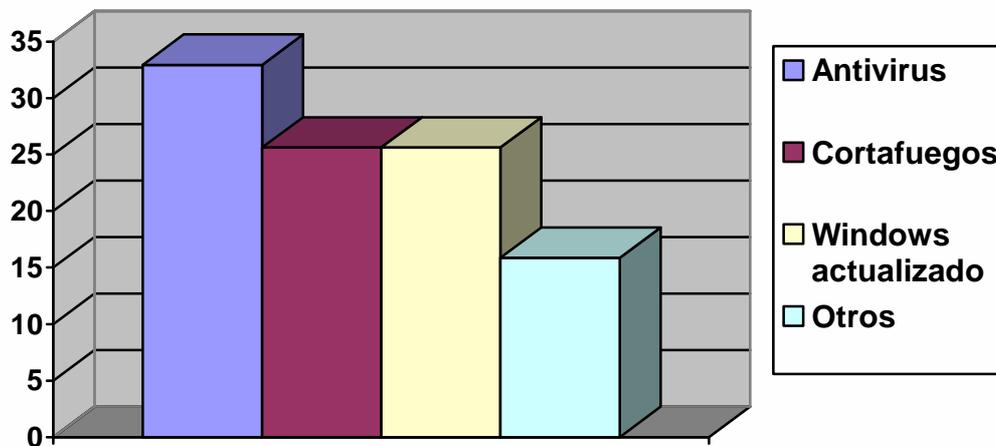
-En el 85% de los ordenadores portátiles el sistema operativo utilizado es Windows XP.

-La velocidad media de procesamiento de los ordenadores portátiles es de 1.847 Mhz, y de la memoria Ram, 674.

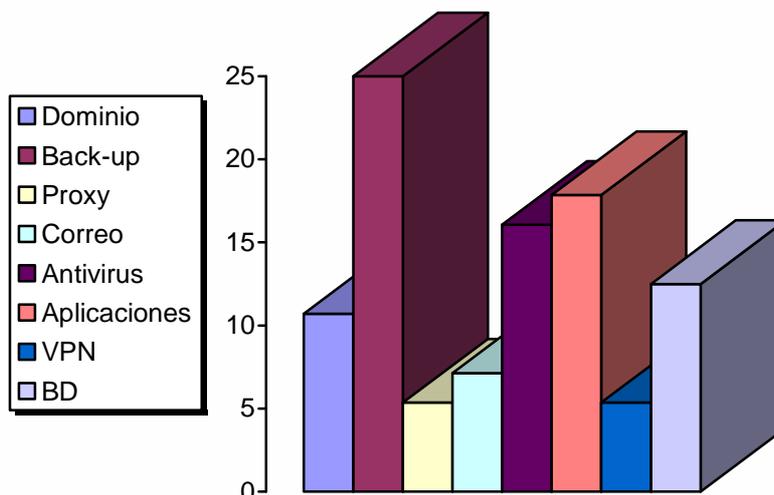
-El 71% de las empresas afirman tener acceso a Internet (142 empresas del total de 200). El tipo de conexión viene reflejado en porcentajes en el siguiente gráfico:



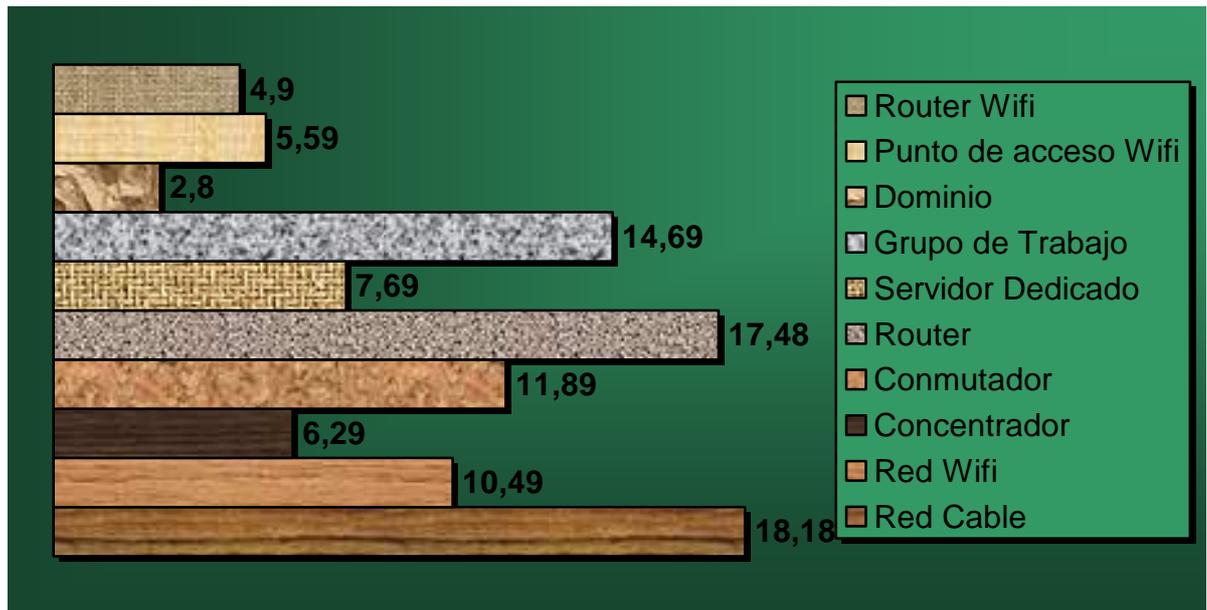
-Los sistemas de seguridad más utilizados son los siguientes:



-Los tipos de servidores utilizados son:



-Con respecto al equipamiento de la infraestructura de NTIC y configuración lógica de red, los datos muestran la siguiente distribución:



-Entre las empresas que poseen PDAs, el uso que se hace de este dispositivo es mayoritariamente como agenda, a continuación para acceder a Internet y finalmente para el uso del correo electrónico.

-Con relación a los móviles, son utilizados abrumadoramente por los trabajador@s del Valle del Almanzora para las comunicaciones entre ellos y otras empresas y para enviar y recibir mensajes.

Necesidades Formativas

El proyecto Tic@l contempla dentro de sus actuaciones realizar cursos de Formación Profesional Continua para trabajadoras del Valle del Almanzora. Para ello se ha realizado un estudio sobre las necesidades formativas del Valle, a fin de ajustar la oferta de cursos a la demanda y características propias de su ámbito de actuación. Este estudio se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario específico a 50 empresas, seleccionadas a partir del criterio de la existencia de mujeres en plantilla; cuestionario a través del cual las empresas informaban acerca de su interés en participar en acciones formativas, concretando aquellas que les



interesaban especialmente, e informando acerca de las ventajas que su formación en general, y en habilidades sociales en particular, pudiese aportar a la trabajadora y a la empresa.

El objetivo de Formación Profesional Continua es la formación permanente y el reciclaje de los trabajador@s ocupados, contribuyendo de esta forma a su promoción y a la competitividad de las empresas. Con ello se pretende lograr:

- la adaptación a la evolución de las profesiones y al contenido de los puestos de trabajo y, por tanto, la mejora de las competencias y cualificaciones indispensables para fortalecer la situación competitiva de las empresas y su personal.
- La promoción social, permitiendo a los trabajadores evitar el estancamiento en su cualificación profesional y mejorar su situación laboral.

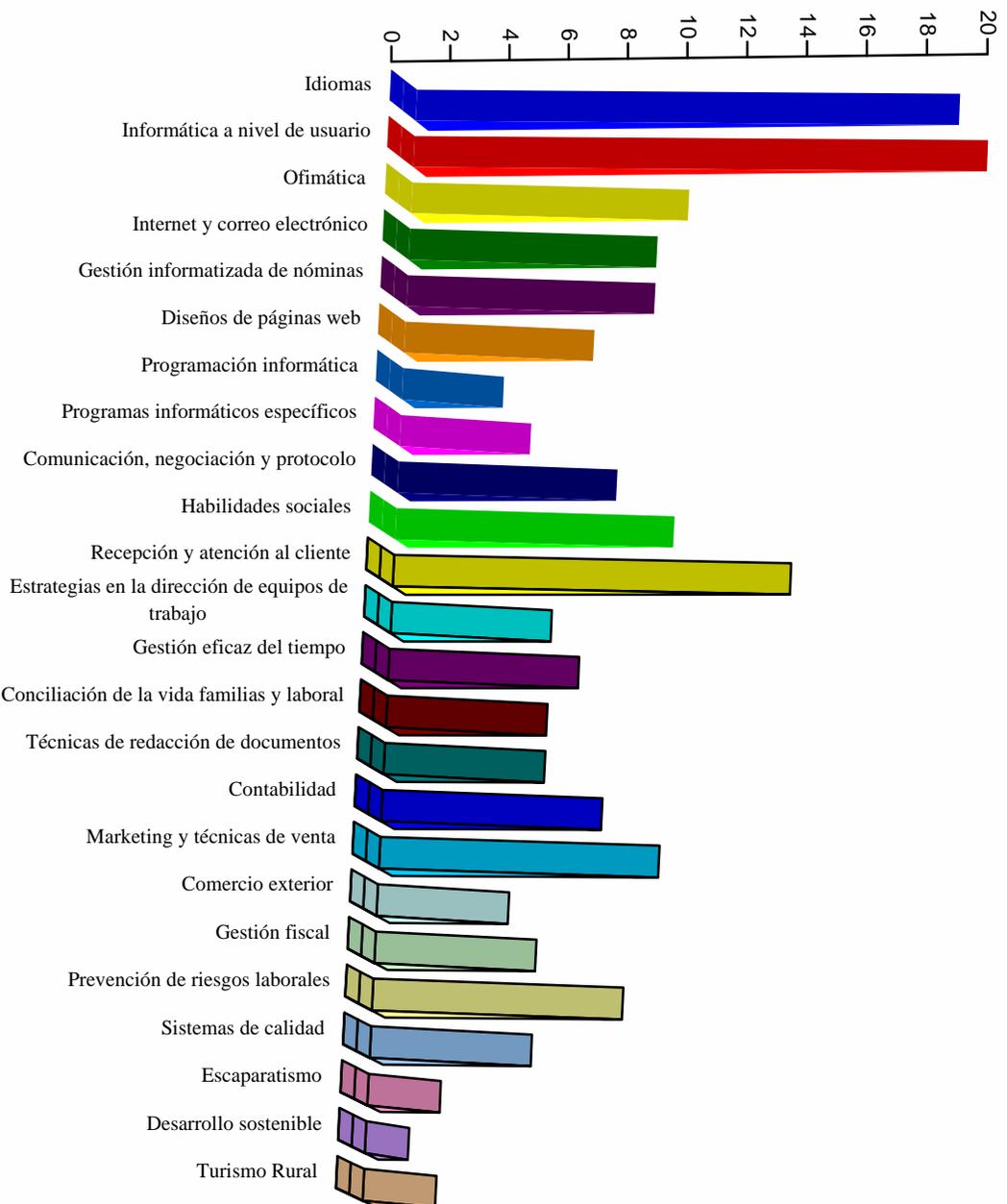
De los datos extraídos del análisis de los 50 cuestionarios se desprenden las siguientes conclusiones:

-El nivel de formación continua en el Valle del Almanzora es relativamente bajo. A pesar de que el 75% de las empresas expresen demandas formativas, más de la mitad de las empresas no reciben sus trabajador@s ningún tipo de formación continua.

-Algo menos de la mitad de las empresas (concretamente un 44%) consideran que sus trabajador@s están adaptados a las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Las razones esgrimidas para esta falta de adaptación son en orden decreciente: la falta de tiempo, la falta de información, la falta de medios y, en último lugar aunque no menos significativa, la falta de concienciación del propio sector empresarial.

-La adaptación a las demandas del mercado de trabajo es mayor. Dos de cada tres empresas del Valle del Almanzora afirman que sus trabajador@s están adaptados a las nuevas exigencias del mercado laboral. Entre aquellas que aún no lo están, la falta de formación es la razón esencial.

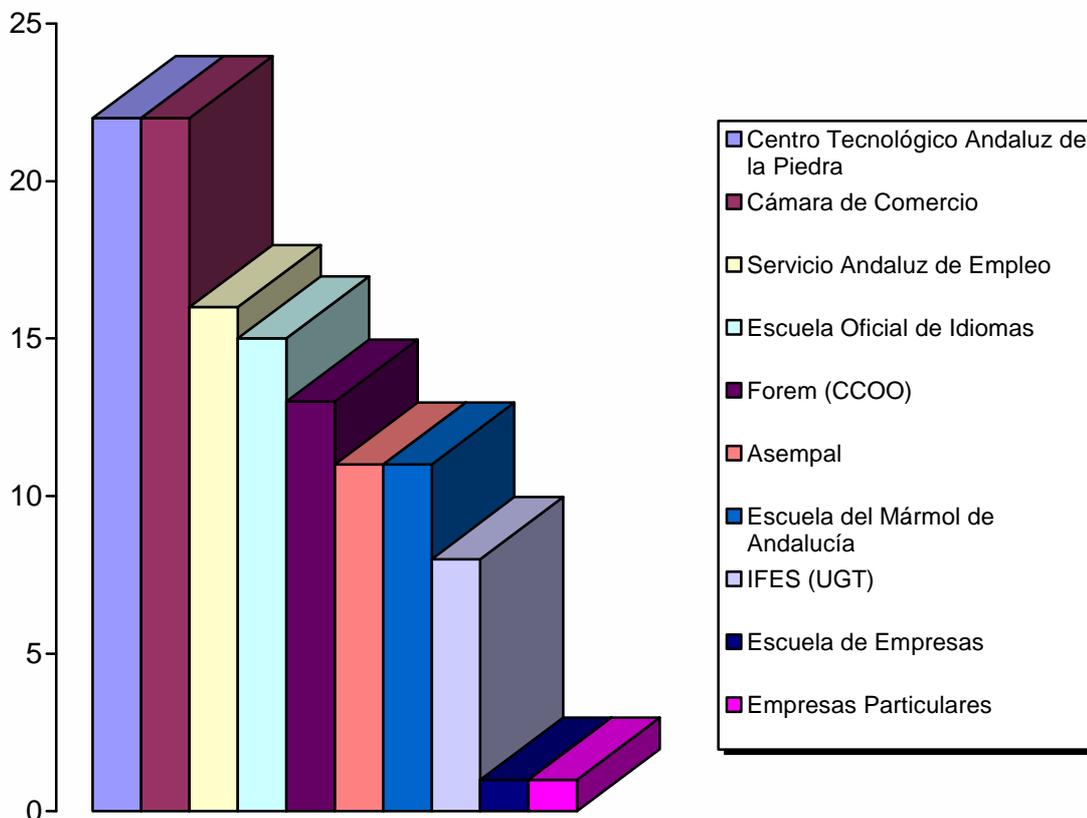
-La formación es demandada por tres de cada cuatro empresas del Valle. Los campos formativos más solicitados son los siguientes:



-Nuevamente tres de cada cuatro empresas del Valle del Almanzora estarían dispuestas a que sus trabajador@s recibieran formación durante la jornada laboral.

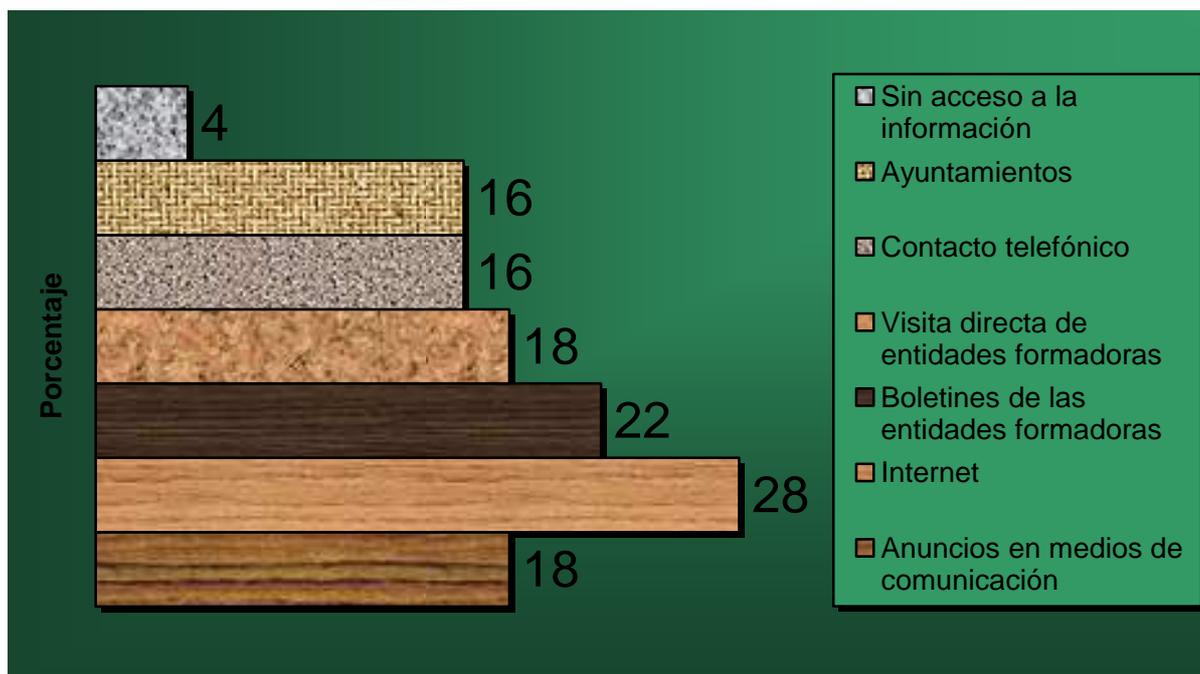


-Las entidades que ofertan formación más conocidas son las siguientes:



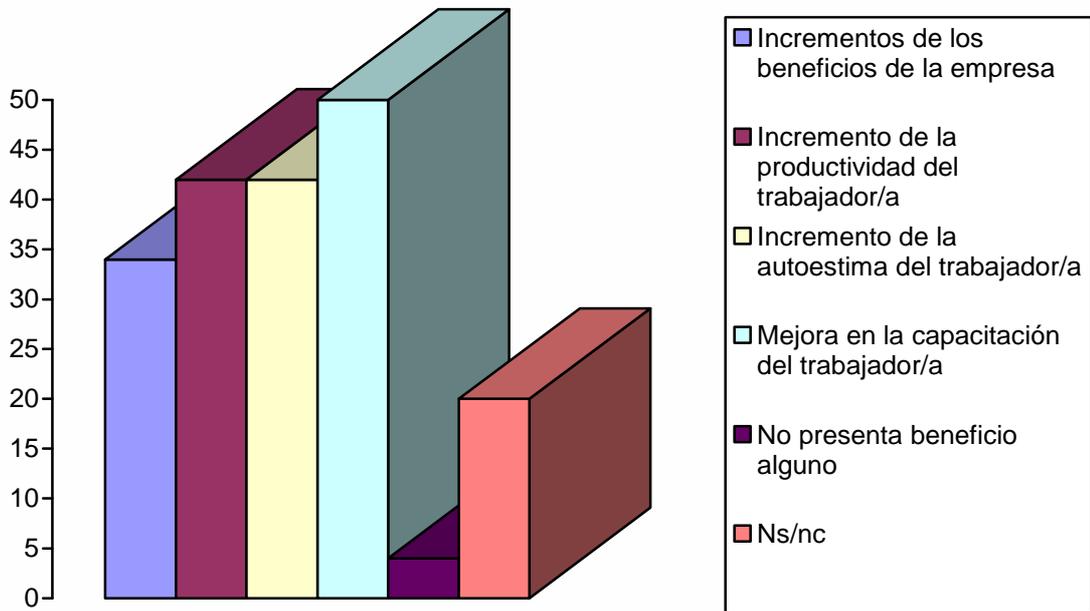
-Las entidades de formación anteriores parecen cubrir la mayor parte de la demanda formativa de las empresas y trabajador@s del Valle. Sólo el turismo rural se presenta todavía como un campo en el que la demanda existente no tiene oferta que pueda cubrir dicha formación.

-Las empresas reciben información sobre la formación ofertada a través de los siguientes canales:



-Aunque tres de cada cuatro empresas demandan formación para sus trabajador@s, sólo algo menos de la mitad no ponen objeciones a la hora de realizar dichos cursos. Las principales objeciones son económicas, de desplazamiento, impedimentos familiares y en algunos casos el no considerar necesario la realización de dichos cursos.

-Según las empresas encuestadas los beneficios de la formación continua serían los siguientes:



Modelo Jobrotation

El Modelo Jobrotation, por definición, es una forma de organización del tiempo y lugar de trabajo que permite, por un lado, a las empresas adaptarse a las necesidades del mercado y, por otro, a los trabajadores reciclarse. Es una medida al servicio de los intereses de sus participantes, ofreciendo:

- a. Ventajas para la empresa:
 - Incrementa su productividad/competitividad.
 - Favorece su adaptabilidad a las necesidades del mercado y a las NTIC.
 - Obtiene una mano de obra mejor cualificada.
 - Genera unos recursos humanos más flexibles y autosuficientes.
- b. Ventajas para los trabajadores:
 - Mejora las expectativas profesionales de la plantilla.



- Es un medio para conservar y mejorar las cualificaciones de los trabajador@s.
- Se logra afianzar el puesto de trabajo.

El funcionamiento del modelo Jobrotation es el siguiente:

- Participan dos trabajador@s: el/la trabajador/a que se recicla y el trabajador/a-sustitut@.
- Mientras que el trabajador/a se recicla, su puesto de trabajo es desempeñado por un trabajador/a-sustitut@ que previamente ha sido formado para ello.

La viabilidad del modelo Jobrotation ha sido analizada previamente con el objetivo de poder identificar los obstáculos y proponer soluciones que contribuyesen a la implantación de este modelo en el Valle del Almanzora. Para ello se seleccionaron 50 empresas a través de un doble criterio: por un lado, que la empresa tuviera más de un trabajador en plantilla, y por otro, que la empresa hubiera manifestado claramente una demanda de formación en el cuestionario general.

A partir de los cuestionarios específicos se obtuvieron los siguientes resultados:

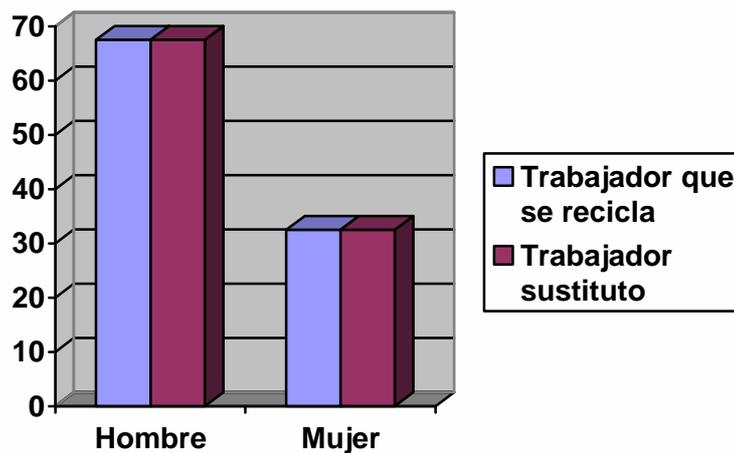
-El 84% de las empresas encuestadas se mostraron interesadas en la implantación del modelo entre sus propios trabajador@s. El modelo Jobrotation, a pesar de su carácter innovador en la realidad del tejido empresarial del Valle del Almanzora, e incluso a nivel nacional, ha sido muy favorablemente acogido como prueba el hecho de que dos de cada tres empresas encuestadas terminaron presentando una o varias solicitudes de participación.

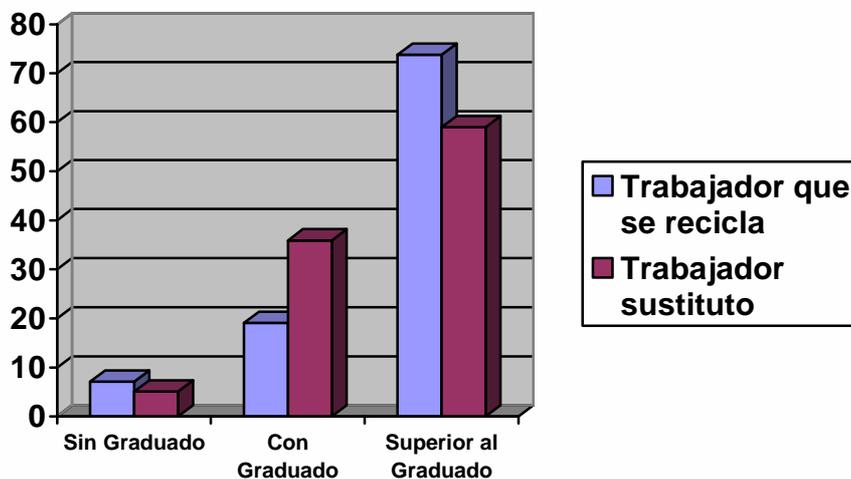
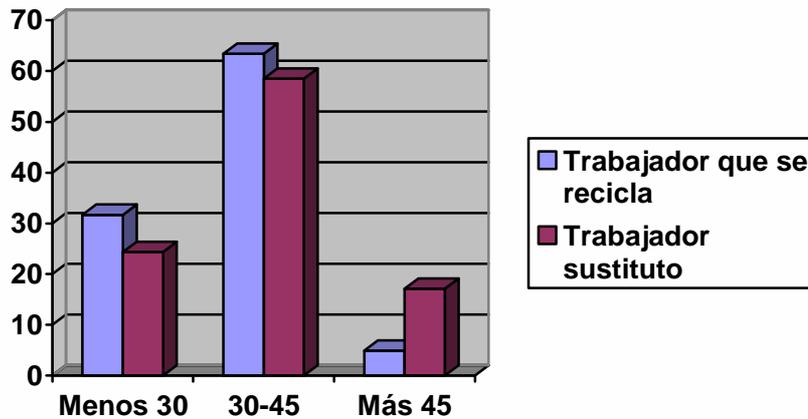
-La formación demandada por las empresas encuestadas ha sido muy variada, desde rotulación de vehículos, pasando por diversos programas informáticos, mecánica de maquinaria pesada, creación de páginas web, marketing y publicidad, turismo rural, deshuesado, terminación, presentación y comercialización del jamón, calidad y medio ambiente, hasta escaparatismo, urbanismo, riesgos laborales, infografía, domótica, ordenación del territorio, idiomas, gruista y un largo etcétera que muestra la progresiva implantación de la diversificación sectorial en la realidad del tejido empresarial del Valle del Almanzora.



-La formación es demandada por las empresas, pero que dicha demanda pase a ser una realidad es una cuestión distinta. El 75% de las empresas expresan demandas formativas, pero, sin embargo, más de la mitad de las empresas no reciben sus trabajador@s ningún tipo de formación continua. Corroborando los datos anteriores, se encuentra el hecho de que más del 80% de las empresas encuestadas no conociese una empresa u organismo que pudiera impartir la formación solicitada.

-Con respecto a la posibilidad de que participasen trabajador@s de las empresas encuestadas en el modelo Jobrotation, aquéllas que mostraron interés optaron por los siguientes tipos de trabajador@s: tanto el trabajador que se recicla como el sustituto era hombre, con una edad comprendida entre los 30 y 45 años, sin discapacidad y con un nivel de formación superior al graduado escolar, en un gran porcentaje con estudios universitarios. Las cifras concretas vienen expresadas en los siguientes gráficos por sexo, edad y nivel educativo respectivamente:





-Finalmente, el 90% de las empresas que respondieron al cuestionario específico sobre la viabilidad del modelo Jobrotation en el Valle del Almanzora estarían dispuestas a que el trabajador/a que se recicle formase previamente al trabajador/a sustituido con el fin de que éste pudiera sustituir a aquél mientras recibiese la formación de reciclaje.

El Proyecto Tic@1, a partir de los datos extraídos del estudio sobre la viabilidad del modelo Jobrotation, va a llevar a cabo un mínimo de 25 experiencias de implantación del modelo Jobrotation entre aquellas empresas interesadas.