



## DOCUMENTO DE SÍNTESIS

*CECAM CEOE-CEPYME C-LM: Acciones de prospección y detección de necesidades formativas de la Familia Profesional Comercio y Marketing*

*Nº de Expediente PE-2017-003*



*Orden de 21/12/2016, de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de subvenciones para la prospección y detección de necesidades formativas; diseño, programación y difusión de la oferta formativa de trabajadores ocupados y apoyo a pequeñas y medianas empresas en la formación de sus trabajadores, en el ámbito de Castilla-La Mancha y su Resolución de 29/12/2016, de la Dirección General de Trabajo, Formación y Seguridad Laboral en el ámbito de Castilla-La Mancha, para la anualidad 2017.*



Orden de 21/12/2016, de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo de Castilla-La Mancha.

**Proyecto:**

Acciones de prospección y detección de necesidades formativas de la Familia Profesional Comercio y Marketing.

**Nº de Expediente:**

PE-2017-003

**Entidad Beneficiaria:**

Confederación Regional de Empresarios de Castilla la Mancha (CECAM CEOE-CEPYME Castilla-La Mancha).





## Índice

<b>Capítulo I. Desarrollo del Estudio</b>	<b>5</b>
1.Introducción	5
2.Justificación del Proyecto	6
3.Objetivos Generales y Específicos	6
4.Descripción del Informe	7
<b>Capítulo II. Fases del Estudio</b>	<b>8</b>
1.Fase Documental	9
A)Estrategia de Investigación a través de Fuentes Secundarias	9
B)Mercado Laboral de Castilla-La Mancha	11
C)Rasgos Básicos del Tejido Empresarial de Castilla-La Mancha	18
D)Familias Profesionales y Cualificaciones Profesionales	23
2. Fase de Campo	30
A)Planificación de la Fase de Campo	30
1.Metodología Cuantitativa	30
1.1.Encuesta	
2. Metodología Cualitativa	38
2.1.Entrevista en Profundidad	
2.2.Panel Delphi	44
3.Herramientas de Análisis e Indicadores de Valoración Metodológica	56
<b>Capítulo III. Necesidades de Formación y Recualificación del Mercado Laboral en la Familia Profesional de Comercio y Marketing</b>	<b>57</b>
1.Consideraciones Generales sobre el Mercado de Trabajo y la Formación para el Empleo en Castilla-La Mancha	57
2. Variables Socio-Demográficas	59
3.Variables Profesionales	60
4. Identificación de las necesidades y carencias formativas en la Familia profesional de Comercio y Marketing	63



---

5. Caracterización de las competencias transversales en la Familia profesional de Comercio y Marketing	77
6. Propuestas de mejora en la formación para el empleo de la Familia Profesional de Comercio y Marketing	91
<b>Capítulo IV. Conclusiones</b>	<b>98</b>
Equipo de Trabajo	101
Bibliografía	104



## Capítulo I. Desarrollo del Estudio

### 1. Introducción

El mercado laboral en las últimas décadas ha sufrido una acelerada y profunda transformación como consecuencia de los cambios asociados a la globalización y a la sociedad de la información, es por ello, que para conseguir un crecimiento económico sostenido en el tiempo, es relevante incidir en la mejora de la productividad y la competitividad.

En este escenario, la mejor cualificación del capital humano y la innovación se configuran como elementos clave para conseguirlo, ya que permiten ese avance de forma continua y permanente. En un mundo cada vez más globalizado, es importante alcanzar y mantener el liderazgo en conocimiento y en productos innovadores de alto valor añadido.

Por ello, la Formación Profesional para el Empleo se debe potenciar y adaptar a las demandas del sector productivo, a fin de dar respuesta a las necesidades de las personas y las empresas.

Bajo este planteamiento se centra este estudio que tiene por finalidad proporcionar respuestas efectivas a las necesidades de formación y recualificación del mercado laboral, anticiparse a los cambios y responder a la demanda que se pueda producir de mano de obra cualificada, identificando carencias y necesidades formativas concretas de los trabajadores, contribuyendo al desarrollo profesional y personal de las personas trabajadoras ocupadas y a la competitividad de las empresas en Castilla-La Mancha.

En virtud de ello el estudio *“Acciones de prospección y detección de necesidades formativas de la Familia Profesional Comercio y Marketing”* se encuadra en las acciones subvencionadas en el marco de la Orden de 21/12/2016, de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de subvenciones para la prospección y detección de necesidades formativas; diseño, programación y difusión de la oferta formativa de trabajadores

ocupados y apoyo a pequeñas y medianas empresas en la formación de sus trabajadores, en el ámbito de Castilla-La Mancha y su Resolución de 29/12/2016, de la Dirección General de Trabajo, Formación y Seguridad Laboral, por la que se aprueba la convocatoria pública de concesión de subvenciones para la prospección y detección de necesidades formativas; diseño, programación y difusión de la oferta formativa de trabajadores ocupados y apoyo a pequeñas y medianas empresas en la formación de sus trabajadores, en el ámbito de Castilla-La Mancha, para la anualidad 2017.

## 2. Justificación del Proyecto

Este estudio se encuadra en las acciones tipo 1. Acciones de prospección y detección de necesidades formativas del sistema productivo, concretamente en el estudio de necesidades formativas de la familia profesional de Comercio y Marketing, en el ámbito territorial de Castilla-La Mancha, así como, ha dado respuestas sobre:

- Las tendencias y la evolución previsible de la economía de Castilla-La Mancha, plasmando las novedades que exigen actualizar y adaptar las competencias de los trabajadores a través de la formación.
- Las competencias transversales que deben ser objeto de atención prioritaria para dar respuesta a las tendencias identificadas y favorecer la empleabilidad y movilidad intersectorial de los trabajadores.

## 3. Objetivos Generales y Específicos

### Objetivos Generales

- Llevar a cabo una participación activa en el diseño e implantación de un modelo de formación profesional para el empleo eficaz y eficiente según lo establecido en la Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral.
- Llevar a cabo la detección de necesidades, así como el diseño, la programación y la difusión de la oferta formativa para trabajadores ocupados, teniendo en cuenta el escenario plurianual según lo establecido en el artículo 10.2 de la Ley 30/2015.



## Objetivos Específicos

- Llevar a cabo la observación y prospección del mercado de trabajo que permita detectar los cambios en las demandas de cualificación y competencias del tejido productivo.
- Analizar el nuevo marco de la Formación Profesional para el Empleo.
- Identificar las carencias y necesidades formativas concretas de los trabajadores de forma que puedan adquirir las competencias necesarias para evitar los desajustes con los requerimientos de cualificaciones del sistema productivo.
- Identificar las competencias transversales que deben ser objeto de atención prioritaria para dar respuesta a las tendencias identificadas y favorecer la empleabilidad y movilidad intersectorial de los trabajadores.
- Analizar la oferta formativa del catálogo de especialidades formativas del Servicio Público de Empleo Estatal con la finalidad de poder aportar propuestas de mejora.
- Identificar las necesidades formativas relacionadas con la Familia de Comercio y Marketing.

## 4. Descripción del Informe

El presente documento presenta el Documento de Síntesis para el proyecto “Acciones de prospección y detección de necesidades formativas de la Familia Profesional de Comercio y Marketing” PE/2017/001 y que se encuadra en las acciones subvencionadas en el marco de la Orden de 21/12/2016, de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, por la que se establecen las bases reguladoras de la concesión de subvenciones para la prospección y detección de necesidades formativas; diseño, programación y difusión de la oferta formativa de trabajadores ocupados y apoyo a pequeñas y medianas empresas en la formación de sus trabajadores, en el ámbito de Castilla-La Mancha y su Resolución de 29/12/2016, de la Dirección General de Trabajo, Formación y Seguridad Laboral, por la que se aprueba la convocatoria pública de concesión de subvenciones para la prospección y detección de necesidades formativas; diseño, programación y difusión de la oferta formativa de trabajadores ocupados y apoyo a pequeñas y medianas empresas en la formación de sus trabajadores, en el ámbito de Castilla-La Mancha, para la anualidad 2017.

CECAM ha sido la entidad encargada de llevar a cabo este proyecto que ha tenido como finalidad, proporcionar respuestas efectivas a las necesidades de formación y recualificación del mercado laboral, anticiparse a los cambios y responder a la demanda que se pueda producir de mano de obra cualificada, identificando carencias y necesidades formativas concretas de los trabajadores, contribuyendo al desarrollo profesional y personal de las personas trabajadoras ocupadas y a la competitividad de las empresas.

El presente documento incluye una descripción de las fases que han servido de soporte al desarrollo del estudio.

## Capítulo II. Fases del Estudio

### 1. Fase Documental

Para la realización de la acción de prospección y análisis propuesta resulta esencial, previamente al acceso a las fuentes primarias de información, analizar en detalle la información ya recogida a través de estudios previos, documentación, estudios, estadísticas y demás fuentes de información que puedan concretar y concluir el ámbito de estudio, optimizar los recursos de investigación propuestos, así como, recoger las conclusiones de investigaciones precedentes en temas relacionados con el objetivo de investigación.

Los objetivos de esta fase de la investigación han sido:

- Profundizar en el cuerpo teórico de la investigación.
- Identificar y localizar fuentes documentales vinculadas con las áreas temáticas del estudio: Mercado laboral, Formación profesional para el empleo, Cualificaciones profesionales.
- Valorar la información documental a través de criterios aplicables al objeto del estudio
- Analizar la pertinencia de indicadores vinculados a las áreas temáticas del estudio: Mercado laboral, Formación profesional para el empleo, Cualificaciones profesionales.

## A) Estrategia de Investigación a través de Fuentes Secundarias

En esta actividad de diseño se han realizado las primeras revisiones y clasificaciones sobre las fuentes documentales. En esta actividad de investigación documental se han diferenciado tres etapas principalmente:

- A. Identificación y localización de las fuentes documentales: Esta etapa se ha caracterizado por el acceso a las fuentes vinculadas con las áreas temáticas del estudio, comparabilidad de los datos, entre otros. Para su revisión se ha utilizado Internet, bases de datos, estudios diversos, entre otras fuentes.
- B. Organización de la información documental: en esta fase se ha llevado a cabo una ordenación de las fuentes documentales consultadas.
- C. Valoración de la información documental: en esta última etapa se ha procedido a analizar el contenido de las fuentes seleccionadas.

Análisis de la investigación documental:

A partir del trabajo de selección y búsqueda de las fuentes documentales seleccionadas, se procedió a la realización del análisis documental según el siguiente método.

### a) Análisis formal

Catalogación: Se ha elaborado una lista de documentos revisados a través de distintas fuentes con el objetivo de establecer vínculos con la familia profesional de Comercio y Marketing.

### b) Análisis de contenido

Se ha realizado un tratamiento del contenido de los documentos y fuentes consultadas vinculadas con el mercado laboral, la formación profesional y la familia profesional del sector de Comercio y Marketing.

Metodología:

La metodología que se ha seguido para la revisión de fuentes secundarias ha sido la siguiente:

1. Actualización y cercanía de los datos: prioridad de fuentes que establezcan datos relativos, en el entorno de Castilla-La Mancha relativos a la formación profesional para el empleo y la detección de necesidades formativas.
2. Fiabilidad de los datos: prioridad de fuentes validadas previamente en algún proceso de investigación.
3. Comparabilidad: prioridad de fuentes documentales que arrojen datos comparables entre sí.
4. Accesibilidad: prioridad de fuentes documentales de mayor accesibilidad.
5. Compilación, depuración y ordenación de las fuentes documentales consultadas. En este punto, y habiendo diseñado previamente las correspondientes herramientas y soportes de organización y clasificación, se ha procedido a determinar el orden de prioridad de las fuentes en función de la utilidad de las mismas en relación con la investigación.
6. Estudio en profundidad de la información contenida en las fuentes seleccionadas.

El análisis de contenido de la información localizada, priorizada y catalogada se ha seguido de acuerdo a los objetivos planteados anteriormente.

- Profundizar en el cuerpo teórico de la investigación
- Identificar y recoger variables que afecten al objeto de estudio

El análisis de las fuentes documentales ha servido de base para la elaboración de los cuestionarios y las entrevistas en profundidad que obedecen a la fase Experimental. También para elaborar una radiografía sobre el sector ocupacional y formativo en la Comunidad de Castilla-La Mancha.

## B) Mercado Laboral de Castilla-La Mancha

El mercado de trabajo en Castilla-La Mancha, al igual que en otros muchos territorios, está sufriendo profundas transformaciones. Los cambios en la organización del trabajo y en la estructura productiva modifican de forma importante el escenario laboral de los trabajadores. Por otro lado, la actual crisis económica global, que está afectando con especial gravedad a España y a Castilla-La Mancha, tiene influencia en el ámbito laboral, en la medida en que influye sobre variables tan vitales como el desempleo y en la medida en que puede servir como acelerador de determinadas transformaciones en la estructura productiva.

Como parte del panorama socioeconómico de la región, resulta oportuno describir las características del mercado de trabajo, en base a las principales magnitudes habitualmente utilizadas: la actividad, el empleo y el paro.

Tabla: Distribución Población Activa en la Comunidad de Castilla-La Mancha

	Total Activos	Total Ocupados	Total Parados
<b>2017T4</b>			
<b>Ambos sexos</b>			
Nacional	22.765,00	18.998,40	3.766,70
Castilla - La Mancha	995,6	799,1	196,5
<b>Hombres</b>			
Nacional	12.159,80	10.339,20	1.820,60
Castilla - La Mancha	558,6	471,9	86,7
<b>Mujeres</b>			
Nacional	10.605,20	8.659,10	1.946,00
Castilla - La Mancha	437	327,2	109,8

Fuente: INE Año 2017 T4 a 25 de Enero de 2018. EPA

### Actividad:

Tomando como referencia los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), del Instituto Nacional de Estadística (INE) para el cuarto trimestre del año 2017 (último dato disponible), **en Castilla-La Mancha hay 995.600 activos, entendida, como la población económicamente activa comprende todas las personas de 16 o más años.** De los cuales, 799.100 están ocupados y 196.500 están parados.

Respecto al mismo trimestre del año anterior, el número de personas activas ha crecido un 0,65%, lo que supone la incorporación de 6.400 personas al mercado de trabajo regional. La media nacional registra en el mismo periodo un aumento interanual del 0,08%. La tasa de actividad en Castilla-La Mancha durante el cuarto trimestre de 2017 se sitúa en el 59,50%, 0,70 puntos porcentuales por encima de la tasa nacional, que alcanza el 58,80%.

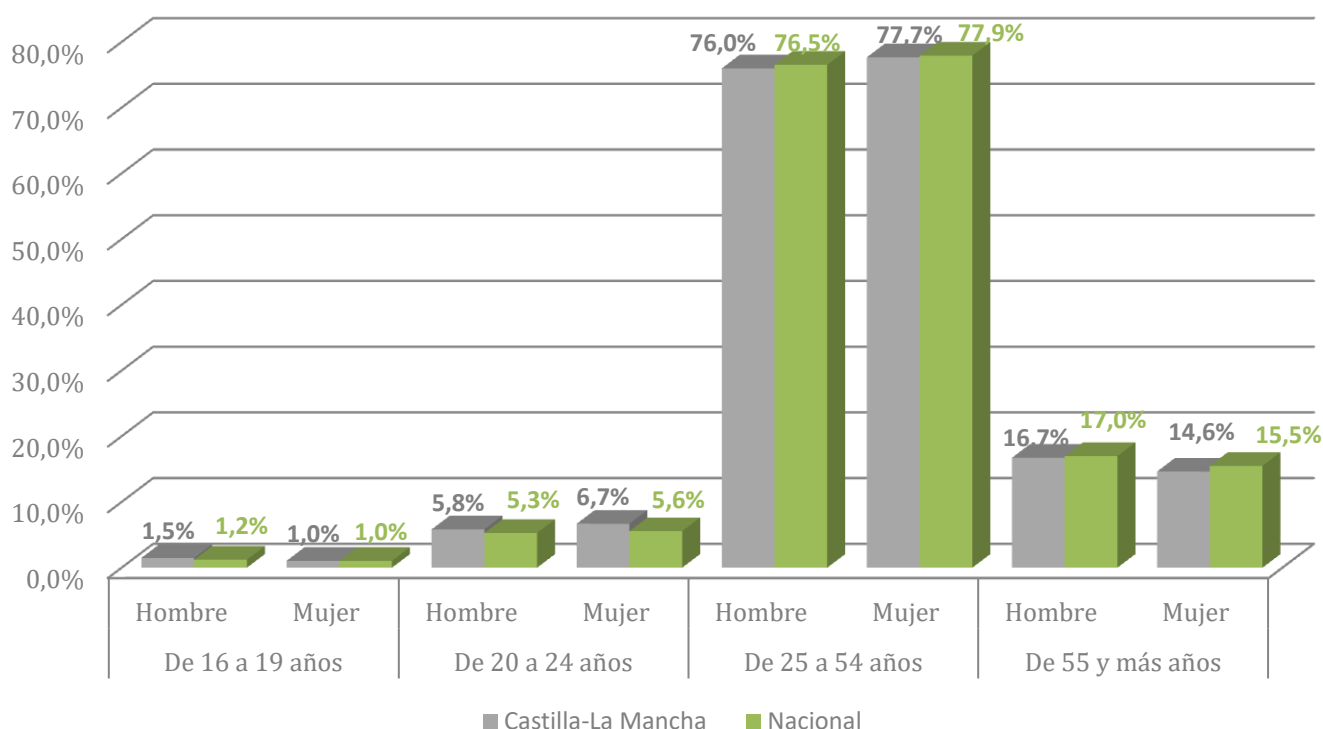
Por sexos, el número de hombres activos se sitúa en 558.600, aumentando en 5.100 activos, lo que supone un aumento del 0,92% respecto al trimestre anterior. La variación interanual del colectivo masculino se cifra en 2.000 activos menos, un 0,36% menos que el año anterior y 0,30 puntos de diferencia con el Estado, donde baja un 0,06%. El número de mujeres activas sube un 4,09% respecto al trimestre anterior, 17.200 mujeres más, situándose en 437.000 mujeres.

La variación interanual en el colectivo femenino es de 8.500 activas más, una variación del 1,98%, lo que supone 1,73 puntos de diferencia respecto al Estado, que aumenta un 0,25% interanual.

$$\text{Tasa de actividad} = \frac{\text{Nº de activos}}{\text{Población} \geq 16 \text{ años}} \times 100$$

La tasa de actividad regional se sitúa en un 59,50%, subiendo un 1,41% respecto al trimestre anterior, mientras que en el Estado baja un 0,12%, situándose en el 58,80%. Respecto al mismo trimestre del año anterior, la tasa de actividad en Castilla-La Mancha sube un 0,66%, 0,81 puntos de diferencia con el Estado (donde baja un 0,15%).

Gráfico: Tasa de actividad por grupos de edad y sexo en Castilla-La Mancha y Nacional



Fuente: EPA. Instituto Nacional Estadística IV Trimestre 2017. Elaboración propia

La tasa de actividad de los hombres es del 66,66%, subiendo un 0,70% intertrimestral, mientras que la media nacional baja un 0,47%. Asimismo, la tasa de actividad femenina se sitúa en el 52,32%, aumentando un 2,12% intertrimestral, dejando el diferencial de variación respecto a la media nacional en 1,92 puntos porcentuales, donde sube un 0,20%.

## Empleo:

El número de personas ocupadas en Castilla-La Mancha se sitúa en 799.100 en el cuarto trimestre de 2017 (6.800 más que en el trimestre anterior, lo que supone un aumento del 0,86%). Respecto al mismo trimestre del año pasado el número de ocupados ha aumentado en 29.000 personas, lo que supone un aumento del 3,76% (1,11 puntos de diferencia respecto la media nacional, que aumenta un 2,65%).

Por sexos, la ocupación ha bajado un 0,18% entre los hombres de la región respecto al tercer trimestre de 2017, mientras que entre las mujeres la subida ha sido del 2,40% en el mismo periodo.

El número de ocupados hombres en Castilla-La Mancha se sitúa en 471.900, disminuyendo en 800 hombres respecto al trimestre anterior (un 0,18% menos). En la media nacional se produce un descenso del 0,78% respecto al trimestre anterior.

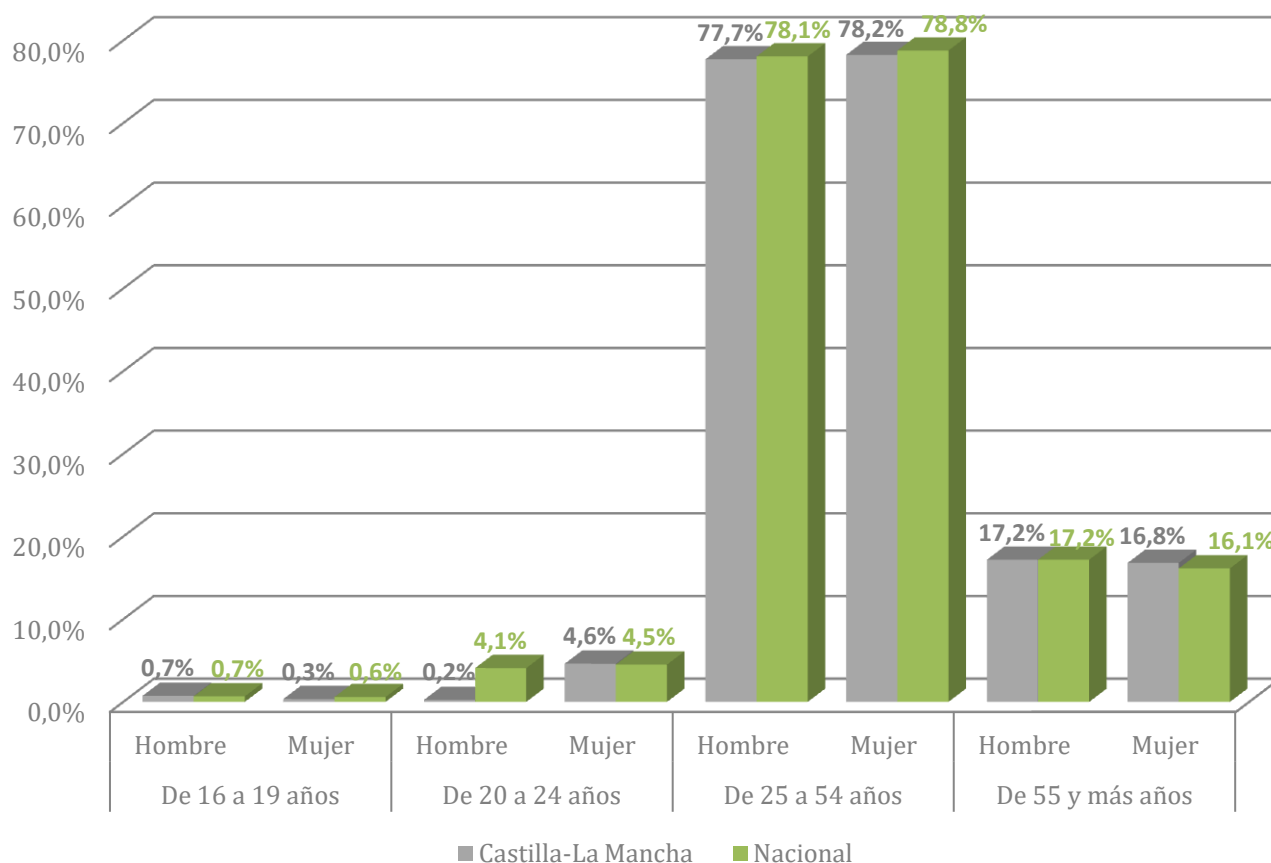
La tasa de empleo en Castilla-La Mancha se sitúa en el 47,76%, subiendo un 0,47% respecto al trimestre anterior, mientras que en el Estado baja un 0,20% en el mismo periodo, colocándose en el 49,07%.

$$\text{Tasa de ocupados} = \frac{\text{Población ocupada}}{\text{Población} \geq 16 \text{ años}} \times 100$$

Por sexos, la tasa de empleo masculina en Castilla-La Mancha se sitúa en el 56,31%, 1,40 puntos de diferencia con la media nacional, que se sitúa en el 54,91%; en Castilla-La Mancha dicha tasa ha bajado un 0,02% intertrimestral mientras que en el Estado la caída ha sido del 0,50%. La tasa de empleo para las mujeres se sitúa en Castilla-La Mancha en el 39,18%, 4,36 puntos de diferencia con la media nacional, cuya tasa de empleo femenina es del 43,54%. Respecto al trimestre anterior, la tasa

de empleo femenina en Castilla-La Mancha ha subido un 0,97%, mientras que en el Estado ha subido un 0,09%.

Gráfico: Tasa de empleo por grupos de edad y sexo en Castilla-La Mancha y Nacional



Fuente: EPA. Instituto Nacional Estadística IV Trimestre 2017. Elaboración propia

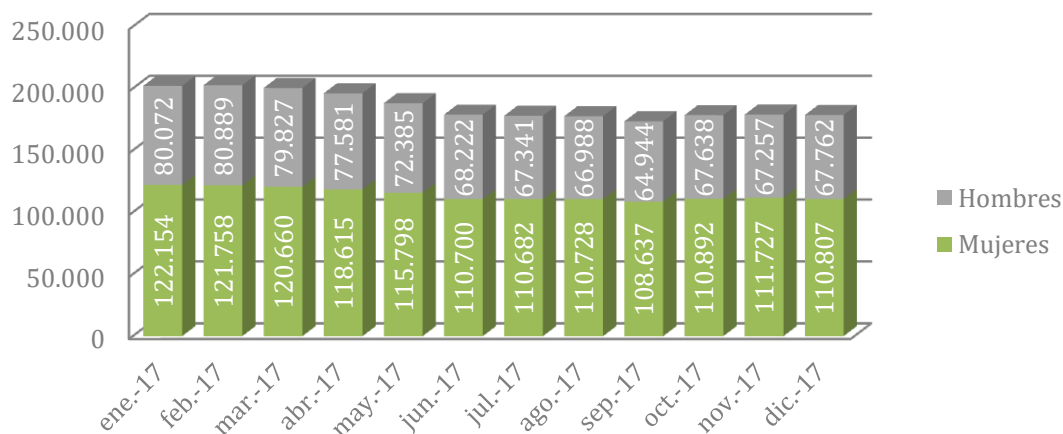
### Desempleo:

El número de parados en la Región aumenta en 15.500 personas respecto al trimestre anterior, y se sitúa en 196.500, un 8,55% más que en el trimestre anterior, lo que supone una diferencia de 7,61 puntos respecto a la media nacional, que registra una subida intertrimestral del 0,94%. En los últimos 12 meses el paro en Castilla-La Mancha ha disminuido en 22.500 personas, un 10,29%, mientras que en el Estado la bajada es del 11,12% en términos interanuales.

Por sexos, respecto al trimestre anterior el paro sube entre las mujeres, pasando de 100.300 paradas en el trimestre anterior a 109.800 en el cuarto trimestre de 2017: el aumento intertrimestral, por tanto, ha sido del 9,48%, mientras que a nivel nacional se registra una subida del paro femenino intertrimestral del 1,30%.

Entre los hombres el paro aumenta respecto al tercer trimestre de 2017 un 7,39% con un total de 6.000 individuos más, situándose la cifra de hombres en paro en la Región en 86.700. En la media nacional el paro masculino ha subido un 0,55% intertrimestral.

Gráfico: Evolución del paro registrado por sexos en Castilla-La Mancha durante los últimos 12 meses



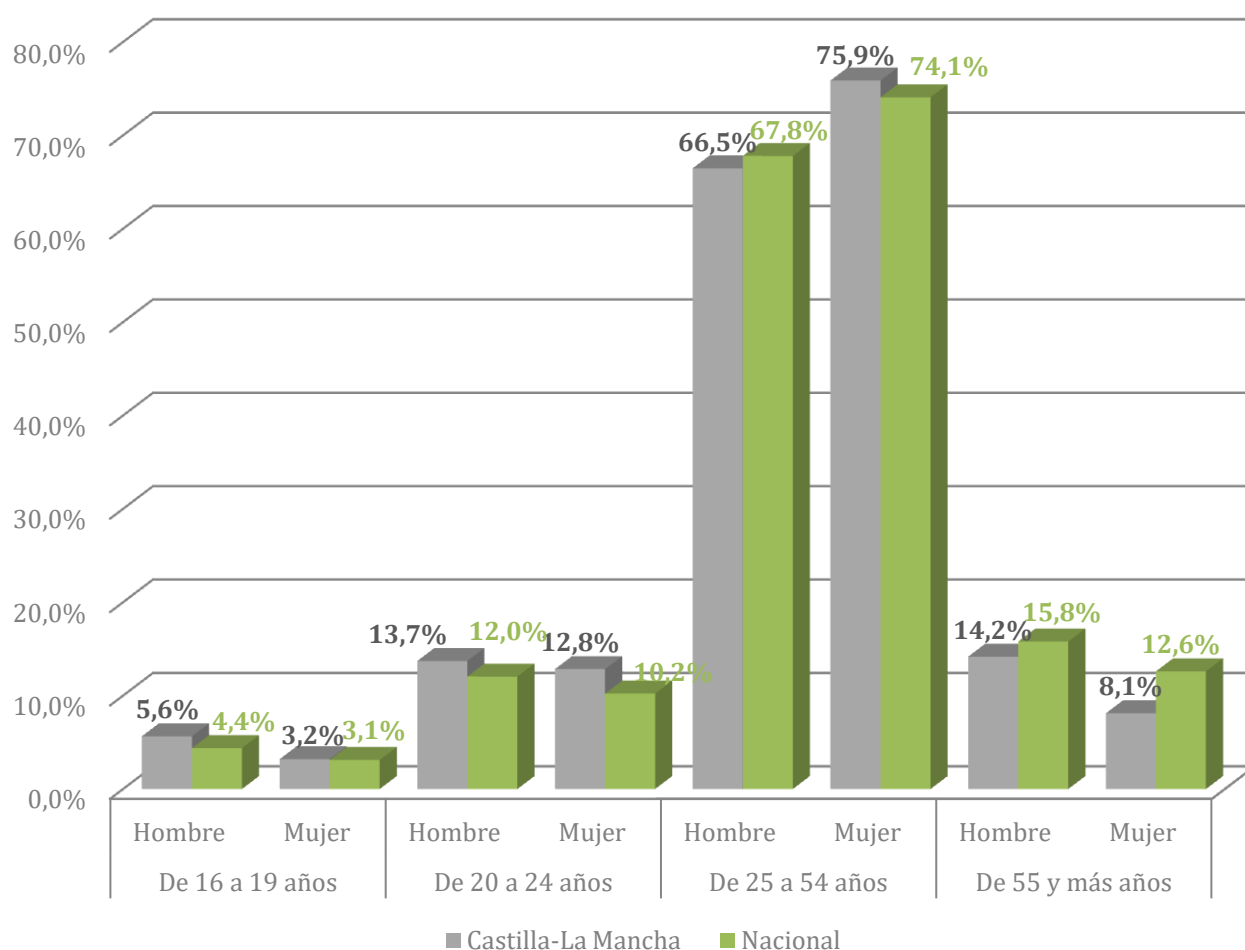
Fuente: Observatorio Regional de Empleo de Castilla-La Mancha. Elaboración propia

La tasa de paro en Castilla- La Mancha para ambos sexos sube un 1,14% respecto al trimestre anterior hasta situarse en el 19,74%, mientras que la tasa correspondiente a la media nacional se sitúa en el 16,55%. En términos interanuales, la tasa de paro en la región ha descendido un 2,40%, mientras que en el Estado es la misma variación supone una bajada del 2,08%.

$$\text{Tasa de ocupados} = \frac{\text{N}^\circ \text{ de ocupados}}{\text{N}^\circ \text{ de activos}} \times 100$$

La tasa de paro de los hombres en Castilla-La Mancha es del 15,53%, lo que supone un aumento del 0,94% respecto al trimestre anterior. En el Estado la tasa de paro masculina ha subido un 0,17% en el mismo período. La tasa de paro femenina ha subido hasta los 25,12 puntos en Castilla La Mancha, lo que supone un 1,24% más que en el tercer trimestre de 2017, mientras que en el Estado se produce una subida intertrimestral del 0,14%, situándose en los 18,35 puntos.

Gráfico: Tasa de paro por grupos de edad y sexo en Castilla-La Mancha y Nacional

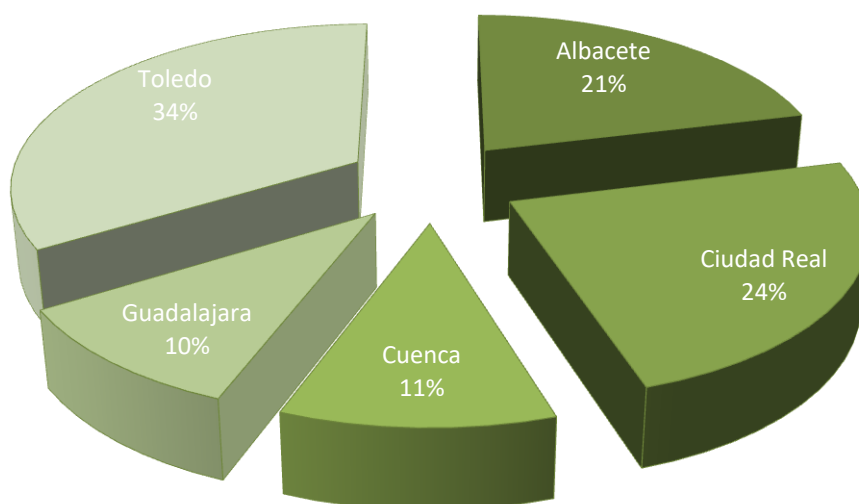


Fuente: EPA. Instituto Nacional Estadística IV Trimestre 2017. Elaboración propia

## C) Rasgos Básicos del Tejido Empresarial de Castilla-La Mancha

Según los datos registrados por el Servicio de Estadística de Castilla-La Mancha, Directorio Central de Empresas (DIRCE), en el año 2017, **se contabilizaron 127.102 empresas.**

Gráfico: Distribución de empresas por provincia de la Comunidad de Castilla-La Mancha



Fuente: DIRCE 2017. Directorio Central de Empresas a 1 de Enero 2018. Elaboración propia

**La microempresa predomina en el tejido productivo castellano-manchego.** Según los datos publicados en el DIRCE, el 43,4% de las empresas se concentra básicamente en las de 1 a 9 asalariados y más de la mitad del tejido corresponde a las empresas sin asalariados o autónomos, mientras que las empresas de 10 y más asalariados tan solo representan un 3,08%.

Al igual que en España y en el resto de Europa, las PYMES dominan el tejido productivo castellano-manchego. Según datos publicados del DIRCE **el 99,9% de la estructura productiva de Castilla-La Mancha está formada por pequeñas y medianas empresas.**

Tabla: Distribución de Empresas según estrato de asalariados por provincias en la Comunidad de Castilla-La Mancha

	Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo	Castilla-La Mancha	España
<b>Total</b>	<b>26.921</b>	<b>30.404</b>	<b>13.625</b>	<b>13.274</b>	<b>42.878</b>	<b>127.102</b>	<b>3.282.346</b>
<b>Sin asalariados</b>	14.532	15.972	7.159	7.520	22.837	68.020	1.823.250
<b>De 1 a 2</b>	7.880	9.160	4.265	3.717	12.769	37.791	894.179
<b>De 3 a 5</b>	2.540	3.010	1.294	1.151	3.996	11.991	298.744
<b>De 6 a 9</b>	934	1.130	1.294	428	1.538	5.324	120.696
<b>De 10 a 19</b>	624	647	272	255	975	2.773	77.632
<b>De 20 a 49</b>	296	364	141	113	556	1.470	43.079
<b>De 50 a 99</b>	69	68	29	52	125	343	12.540
<b>De 100 a 199</b>	27	37	15	21	56	156	6.674
<b>De 200 a 499</b>	15	13	8	13	22	71	3.756
<b>De 500 a 999</b>	1	1	0	2	4	8	969
<b>De 1000 a 4999</b>	3	2	3	2	0	10	709
<b>De 5000 o más asalariados</b>	0	0	0	0	0	0	118

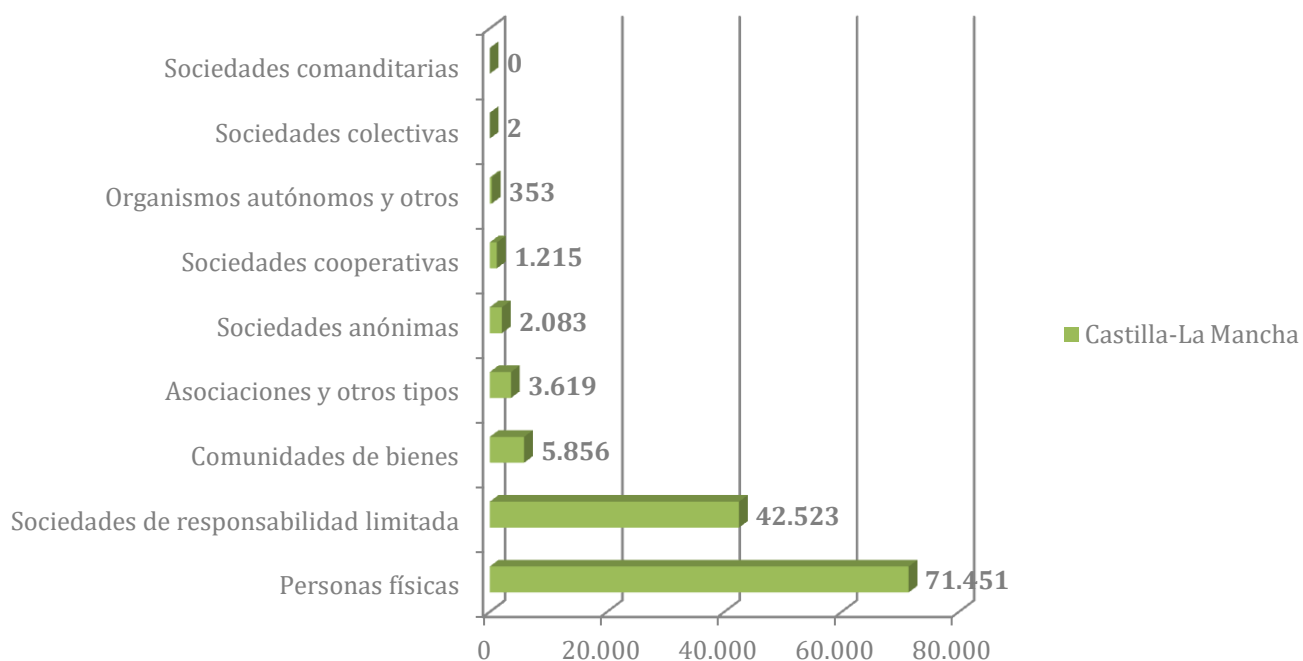
Fuente: DIRCE 2017 a 1 de Enero 2018. Empresas según estrato de asalariados

En relación a la forma jurídica de las empresas, los datos de 2017 del DIRCE muestran que **la forma jurídica más extendida es la de Persona física representando más de la mitad (56,2%) del total.** A la hora de poner en marcha una empresa, esta forma jurídica implica menos trámites de constitución y no es necesario desembolsar un capital mínimo inicial; lo que puede explicar que esta sea la forma habitual de una empresa, sobre todo, durante los primeros años de vida.

Le sigue en porcentaje las Sociedades de responsabilidad limitada con un 33,5%, lo que conlleva jurídicamente la limitación de sus responsabilidades frente a terceros en la gestión del negocio, a la vez que se exige un capital muy bajo para su constitución.

La forma jurídica con menos presencia son las Sociedades Colectivas, con un total de dos empresas.

Gráfico: Empresas por condición jurídica en Castilla-La Mancha

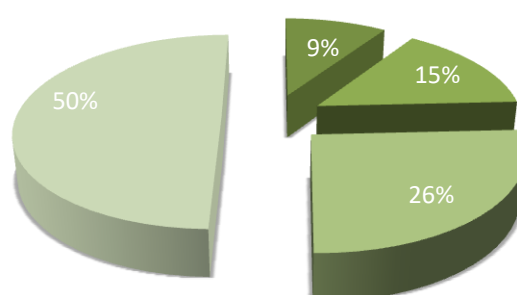


Fuente: DIRCE 2017 a 1 de Enero 2018. Empresas según condición jurídica. Elaboración propia

Asimismo, podemos concluir, según los datos publicados a 1 de Enero de 2017 en el DIRCE, que el **50% de las empresas activas se engloban en el sector servicios**, seguido con un 26% las empresas cuya actividad económica se encuentra dentro del sector comercio.

### Gráfico Empresas activas según sector económico en Castilla-La Mancha

■ Industria ■ Construcción ■ Comercio ■ Resto de Servicios



Fuente: DIRCE. Datos a 1 de enero de 2017. Empresas activas según sector económico. Elaboración propia

Asimismo, según los datos del cuarto trimestre del 2017, **el total de afiliados al régimen especial de autónomos fue de 148.031 personas**, de los que 91.402 corresponden a autónomos propiamente dichos (72.385 autónomos sin asalariados y 19.017 con asalariados) y 40.951 resto de autónomos.

Los Autónomos propiamente dichos, son aquellos trabajadores afiliados al Régimen General de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social que no están integrados en sociedades mercantiles, cooperativas ni en otras entidades societarias. También se excluyen los que figuran como colaboradores familiares y los que están registrados formando parte de algún colectivo especial de trabajadores.

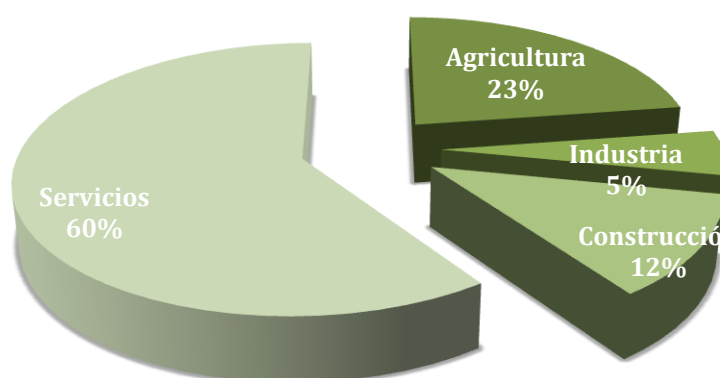
Tabla: Distribución de Autónomos en la Comunidad de Castilla-La Mancha

Trimestre	Total Afilados en el Régimen Especial de Autónomos	Autónomos propiamente dichos (1)			Trabajadores asalariados dependientes de autónomos propiamente dichos (2)
		Total	Autónomos propiamente dichos sin asalariados	Autónomos propiamente dichos con asalariados	
2017-1T	148.285	91.853	73.463	18.390	37.475
2017-2T	149.711	92.845	73.908	18.937	44.036
2017-3T	148.699	91.890	73.350	18.540	41.830
2017-4T	148.031	91.402	72.385	19.017	40.951

Fuente: Servicio de Estadística de Castilla-La Mancha, Año 2017 a 1 de Enero de 2018. Estadísticas de Autónomos.

Tres de cada cinco **(60%) autónomos de Castilla-La Mancha pertenecen al sector servicios**, también con una importante presencia en la agricultura y la construcción, con un 23 y un 12% respectivamente.

Gráfico: Autónomos por sector de actividad de Castilla-La Mancha



Fuente: Servicio de Estadística de Castilla-La Mancha, Año 2017 a 1 de Enero de 2018. Estadísticas de Autónomos. Elaboración propia.

Señalar que, según los datos publicados el 3 de enero de 2018, por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, **en los últimos doce meses el número de afiliados subió en la Comunidad de Castilla-La Mancha en 29.215, un 4,47 por ciento más que a finales de 2016.**

A nivel provincial, **Ciudad Real fue la provincia que ganó un mayor número de cotizantes en diciembre (1.641)**, seguida de Toledo (239), mientras que en Cuenca el incremento fue de 108 cotizantes.

No obstante, dos provincias castellano-manchegas perdieron afiliados a la Seguridad Social en diciembre en comparación con el mes anterior, ya que en Guadalajara se contabilizaron 729 cotizantes menos y en Albacete, 500.

En términos interanuales, es decir, respecto a diciembre de 2016, el número de afiliados a la Seguridad Social subió en todas las provincias y Toledo lideró el incremento, con 10.187 cotizantes más en los últimos doce meses (4,82 %).

En Ciudad Real, el número de cotizantes subió en 6.676 personas en los últimos doce meses (4,24 %), seguida de Albacete, con 5.638 cotizantes más (4,39 %); Guadalajara, con 4.005 afiliados más (4,67 %) y, por último, Cuenca, con 2.709 cotizantes nuevos (3,84 %).

## D) Familias Profesionales y Cualificaciones Profesionales

Otros de los objetivos de la Fase Documental ha sido la revisión de las Familias profesionales con el objetivo de establecer vinculación con el sistema de cualificaciones profesionales. Esta ubicación ha permitido elaborar marcos de referencia para la detección de necesidades formativas en la Familia de Comercio y Marketing. Dicha Fase de Análisis se ha estructurado en los siguientes bloques:

- A. Análisis de los perfiles profesionales correspondientes a la familia profesional de Comercio y Marketing.
- B. Revisión de las cualificaciones profesionales de la familia de Comercio y Marketing.



- A. Dentro de la Familia de Comercio y Marketing se ofertan:
- Ciclos de Formación Profesional Básica.

SERVICIOS COMERCIALES	Auxiliar de dependiente de comercio
	Auxiliar de animación del punto de venta
	Auxiliar de venta
	Auxiliar de promoción de ventas.
	Empleado/a de reposición
	Operador/a de cobro o Cajero/a
	Operario/a de pedidos
	Operario/a de recepción y expedición
	Operario/a de logística
	Carretillero
	Contador/a de recepción y expedición
	Auxiliar de información.

Fuente: (INCUAL, 2017)

- Ciclos de Grado Medio.

ACTIVIDADES COMERCIALES	Vendedor/a
	Representante comercial
	Promotor/a
	Televendedor /a
	Venta a Distancia
	Teleoperador /a ( Call
	Información/ atención al cliente
	Cajero/a; reponedor/a
	Administrador/a de contenidos
	Operador/a de contact - center
	Comerciante de tienda
	Técnico/a en logística de almacenes
	Técnico en gestión de stocks y almacén
	Técnico/a de información/atención al cliente en empresas.
	Responsable de recepción de mercancías
	Jefe de almacén
Gerente de pequeño comercio	

Fuente: (INCUAL, 2017)

- Ciclos Formativos de Grado Superior

COMERCIO INTERNACIONAL	Técnico en comercio exterior.
	Técnico de operaciones exteriores de entidades financieras y de seguros
	Asistente o adjunto de comercio internacional
	Agente de comercio internacional
	Técnico de marketing internacional
	Técnico de venta internaciona
	Transitario
	Consignatario de buques
	Operador logístico
	Técnico en logística inversa.
	Técnico en logística del transporte
	Coordinador logístico

GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES	Jefe de ventas
	Representante comercial
	Agente comercial
	Encargado de tienda
	Encargado de sección de un comercio
	Coordinador de comerciales
	Supervisor de telemarketing
	Responsable de promociones punto de venta
	Escaparatista comercial
	Diseñador de espacios comerciales
	Especialista en implantación de espacios comercial

Fuente: (INCUAL, 2017)

<b>MARKETING Y PUBLICIDAD</b>	Asistente del Jefe de producto
	Técnico de Marketing
	Técnico en Publicidad
	Técnico en Relaciones Públicas
	Organizador de eventos de marketing y comunicación
	Auxiliar de medios en empresas de publicidad
	Controlador de cursaje o emisión en medios de comunicación.
	Técnico en estudios de mercado y opinión pública
	Técnico en trabajos de campo
	Inspector de encuestadores
	Agente de encuestas y censos
	Codificador de datos para investigaciones de mercados.

Fuente: (INCUAL, 2017)

<b>TRANSPORTE Y LOGÍSTICA</b>	Jefe de tráfico de empresas de transporte de viajeros por carretera
	Gerente de la empresa de transporte
	Inspector de transporte de viajeros por carretera
	Jefe de estación de autobuses
	Gestor de transporte por carretera
	Comercial de servicios de transporte por carretera
	Gerente de empresas de transporte por carretera
	Jefe de circulación
	Agente de transportes
	Agente de carga
	Comercial de servicios de transporte
	Operador de transporte puerta a puerta

Consignatario de buques.
Operador logístico
Jefe de almacén
Técnico en logística inversa.
Técnico en logística del transporte

Fuente: (INCUAL, 2017)

SERVICIOS AL CONSUMIDOR	Técnico en consumo de las oficinas de información al consumidor de las Administraciones Públicas
	Técnico en consumo en los organismos públicos y privados de defensa de los consumidores
	Técnico en consumo de las cooperativas de consumo.
	Técnico de información/atención al cliente
	Técnico de inspección de consumo.

Fuente: (INCUAL, 2017)

#### B. Oferta formativa profesional de la Familia de Comercio y Marketing.

El Catálogo Modular de Formación Profesional es el conjunto de módulos formativos asociados a las diferentes unidades de competencia de las cualificaciones profesionales. Proporciona un referente común para la integración de las ofertas de formación profesional que permita la capitalización y el fomento del aprendizaje a lo largo de la vida.

Mediante el Catálogo Modular de Formación Profesional se promueve una oferta formativa de calidad, actualizada y adecuada a los distintos destinatarios, de acuerdo con sus expectativas de progresión profesional y de desarrollo personal y atiende a las demandas de formación de los sectores productivos, por lo que persigue un aumento de la competitividad al incrementar la cualificación de la población activa.

C. Cualificaciones profesionales de la Familia profesional Comercio y Marketing.

Se ha revisado el sistema de cualificaciones profesionales de la Familia de Comercio y Marketing con el objetivo y la finalidad de ubicar los perfiles y facilitar, junto con la oferta formativa para esta familia un diagnóstico preciso sobre las necesidades formativas del sector. De este modo, se facilita la operatividad del proceso en la investigación y se delimitan los indicadores.

- Tráfico de mercancías por carretera
- Actividades auxiliares de almacén
- Tráfico de viajeros por carretera
- Organización del transporte y la distribución
- Gestión y control del aprovisionamiento
- Gestión comercial y financiera del transporte por carretera
- Organización y gestión de almacenes
- Marketing y compraventa internacional
- Asistencia a la investigación de mercados
- Gestión de marketing y comunicación
- Implantación y animación de espacios comerciales
- Atención al cliente, consumidor o usuario
- Gestión comercial inmobiliaria
- Actividades de gestión del pequeño comercio
- Gestión administrativa y financiera del comercio internacional
- Actividades auxiliares de comercio
- Control y formación en consumo
- Gestión comercial de ventas
- Técnicas de ventas
- Formación de vendedores

## 2. Fase de Campo

La estructura del trabajo de campo ha sido el resultado de la revisión y análisis de las fuentes documentales que han servido de base para construir y elaborar el cuerpo de la Fase Experimental.

Cuadro1: FASE DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO

FASE DE INVESTIGACIÓN DE CAMPO 12/06/2017 - 30/10/2017

- **ACTIVIDAD.** DESARROLLO LA FASE EXPERIMENTAL. APLICACIÓN DE LAS TÉCNICAS CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN.

### A) Planificación de la Fase de Campo

Teniendo en cuenta los puntos indicados previamente, el desarrollo y planificación del estudio giró en torno a la consecución de dos metodologías de acercamiento a la información: cuantitativa y cualitativa.

#### 1. Metodología Cuantitativa

##### 1.1. Encuesta

En la parte cuantitativa se realizaron un **total de 285 encuestas** a través de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población objeto de estudio, con el fin de conocer la opinión de los encuestados sobre las necesidades formativas relacionadas con la formación profesional para el empleo y en concreto en la Familia Profesional de Comercio y Marketing. Dicho procesamiento metodológico ha permitido dar respuestas a los siguientes objetivos:

- Mejorar la cualificación de los trabajadores.
- Llevar a cabo la observación y prospección del mercado de trabajo que permita detectar los cambios en las demandas de cualificación y competencias del tejido productivo.
- Identificar las necesidades formativas concretas de los trabajadores de forma que puedan adquirir las competencias necesarias para evitar los desajustes con los requerimientos de cualificaciones del sistema productivo.



- Llevar a cabo la prospección y detección de necesidades formativas necesaria que permita diseñar una oferta formativa de calidad con el fin de garantizar la correspondencia entre la demanda y la oferta de las cualificaciones profesionales requeridas por el sistema productivo.
- Identificar las competencias transversales que deben ser objeto de atención prioritaria para dar respuesta a las tendencias identificadas y favorecer la empleabilidad y movilidad intersectorial de los trabajadores.
- Analizar la oferta formativa del catálogo de especialidades formativas del Servicio Público de Empleo Estatal con la finalidad de poder aportar propuestas de mejora.
- Identificar las necesidades formativas relacionadas con la Familia de Comercio y Marketing.

**La encuesta se ha realizado a través de un cuestionario redactado por el Equipo Técnico, y editado en formato digital a través de uso de la plataforma online, Google Docs para obtener la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos previstos.** El cuestionario ha estado estructurado por un conjunto de preguntas redactadas de forma coherente y organizada, de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que las respuestas de los colectivos encuestados pudieran proporcionar la información que se precisaba.

Señalar, que en una primera distribución de la muestra, el número de encuestas a realizar era de 250, no obstante, debido a que nuestro fin como Organización Empresarial facilita llegar a un gran número de empresarios y trabajadores y puesto que, la herramienta utilizada para la encuestación, Google Docs, no presenta un indicador para limitar el número de cuestionarios, el número final de cuestionarios ha aumentado en un total de 35.

### Metodología de la Fase de Encuestación

Para el desarrollo de esta fase, se tomaron en cuenta un conjunto de orientaciones para llevar a cabo el proceso de encuestación.

Los cuestionarios han ido dirigidos mayoritariamente a trabajadores y autónomos de Castilla-La Mancha. Metodológicamente se han tomado en cuenta las siguientes variables a la hora de seleccionar el perfil del encuestado:

1. Gerentes, directivos, mandos intermedios primordialmente responsables de recursos humanos, que conozcan el funcionamiento de la empresa y posean información sobre el desarrollo de competencias formativas en el sector.



2. Empresas del Sector:
  - Comercio y Marketing
  
3. Empresas de los siguientes subsectores:
  - Comercio
  - Marketing
  - Atención al cliente
  - Ventas
  
4. Debido a que la familia de Comercio y Marketing está presente en todos los sectores productivos, destacando por su alto grado de transectorialidad, se podrá dirigir el cuestionario a los trabajadores que ocupen los siguientes puestos de trabajo:
  - Técnico de información/atención al cliente
  - Gerente de pequeño comercio
  - Técnico/a de información/atención al cliente en empresas
  - Técnico en comercio exterior
  - Técnico de marketing internacional
  - Técnico de Marketing
  - Organizador de eventos de marketing y comunicación
  - Jefe de ventas
  - Diseñador de espacios comerciales
  - Gerente de la empresa de transporte
  - Comercial de servicios de transporte
  - Operario/a de logística
  - Auxiliar de información
  - Auxiliar de carpintero/a de ribera

### Distribución de las encuestas

Las encuestas han sido distribuidas en el territorio de Castilla La Mancha, siguiendo los siguientes criterios:

#### **Población:**

- Albacete
- Ciudad Real
- Cuenca
- Guadalajara
- Toledo

### Tamaño de empresa:

- Microempresa < 10 empleados
- Mediana empresa ≥ 50 y < 250 empleados
- Gran empresa > 250 empleados.

### Colectivo encuestado:

- 146 a trabajadores del sector Comercio y Marketing
- 139 a trabajadores autónomos.

### Subsectores:

- Comercio
- Marketing
- Atención al cliente
- Ventas

### Muestra

Las encuestas se han aplicado de acuerdo a la siguiente distribución:

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS SEGÚN SITUACIÓN PROFESIONAL

	Trabajador por cuenta ajena	Trabajador por cuenta propia (independiente)	Trabajador por cuenta propia (con asalariados)	Total
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE ALBACETE (FEDA)	36	19	9	64
FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE CIUDAD REAL (FECIR)	32	14	6	52
CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE CUENCA (CEOE CEPYME-CUENCA)	37	15	4	56
CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GUADALAJARA (CEOE-CEPYME GUADALAJARA)	1	17	35	53
FEDERACIÓN EMPRESARIAL TOLEDANA (FEDETO CEOE-CEPYME TOLEDO)	40	14	6	60
<b>TOTALES</b>	<b>146</b>	<b>79</b>	<b>60</b>	<b>285</b>

DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS SEGÚN TAMAÑO DE  
EMPRESA

	Microempresas (De 1 a 9).	Pequeñas empresas (de 10 a 49)	Medianas empresas (50 a 249)	Grandes empresas (más de 250)	N.S./N.C	TOTAL
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE ALBACETE (FEDA)	27	19	9	8	1	64
FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE CIUDAD REAL (FECIR)	30	5	8	9		52
CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE CUENCA (CEOE CEPYME-CUENCA)	56	0	0	0		56
CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GUADALAJARA (CEOE-CEPYME GUADALAJARA)	19	2	32	0		53
FEDERACIÓN EMPRESARIAL TOLEDANA (FEDETO CEOE-CEPYME TOLEDO)	34	8	12	6		60
<b>TOTALES</b>	<b>166</b>	<b>34</b>	<b>61</b>	<b>23</b>	<b>1</b>	<b>285</b>

TOTAL DE ENCUESTAS REALIZADAS	TOTALES
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE ALBACETE (FEDA)	64
FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE CIUDAD REAL (FECIR)	52
CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE CUENCA (CEOE CEPYME-CUENCA)	56
CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GUADALAJARA (CEOE-CEPYME GUADALAJARA)	53
FEDERACIÓN EMPRESARIAL TOLEDANA (FEDETO CEOE-CEPYME TOLEDO)	60
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>

La encuesta se cumplimentó primordialmente por las empresas y pymes de la región, siendo contestada por los responsables de recursos humanos y directivos, debido al conocimiento que disponen del funcionamiento de la empresa, así como, del desarrollo de competencias formativas en el sector.

Tras la aplicación de los instrumentos cuantitativos, los Técnico del Proyecto de prospección y detección de necesidades formativas, verificaron que todas las preguntas del cuestionario hubieran sido respondidas por los encuestados y estuvieran registradas todas las respuestas, no obstante, se detectó que algunas de las encuestas no han sido contestadas en su totalidad, ya que, el encuestado declinó responder. Al final del proceso de encuestación se realizaron para esta familia un total de 285 encuestas.

## Seguimiento de la Fase de Encuestación

Con la finalidad de cumplir con la rigurosidad metodológica del estudio, se establecieron protocolos de seguimiento con las entidades responsables de la Fase de Encuestación con la finalidad de revisar los procesos e incidencias de la fase. El proceso de encuestación se desarrolló entre el 21/06/2017 hasta el 17/10/2017.

INICIO DE FASE DE ENCUESTACIÓN 20/06/2017	FASE DE ENCUESTACIÓN			
	SEGUIMIENTO			
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
	03/07/2017 11/07/2017 17/07/2017 31/07/2017	04/08/2017 26/08/2017 31/08/2017	01/09/2017 26/09/2017	17/10/2017

CECAM ha sido la entidad responsable del estudio contando con la colaboración de las entidades provinciales que se mencionan a continuación:

1. CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ALBACETE (FEDA CEOE-CEPYME)
2. CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE CUENCA (CEOE CEPYME-CUENCA)
3. CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE GUADALAJARA (CEOE-CEPYME GUADALAJARA)
4. FEDERACIÓN EMPRESARIAL DE CIUDAD REAL (FECIR)  
FEDERACIÓN EMPRESARIAL TOLEDANA (FEDETO CEOE-CEPYME TOLEDO)

## Método de trabajo

**A partir de los datos obtenidos a lo largo de la Fase de Investigación documental, el Equipo de Trabajo** diseñó un cuestionario, rigurosamente estandarizado con preguntas abiertas y cerradas, con la intención de recabar toda la información clave para el desarrollo del estudio. (Anexo. Encuesta)

Con la intención de mejorar la operatividad del Proyecto, una vez diseñada la encuesta, se editó el cuestionario en formato digital a través de uso de la plataforma online, Google Docs, siendo por tanto, una herramienta informática que permitió poder almacenar todas las encuestas realizadas.

**El proceso de diseño y edición de la encuesta se desarrolló entre el 12/06/2017 hasta el 21/06/2017.**



Los Técnicos del Estudio contactaron con los encuestados, presencialmente, telefónicamente o través de correo electrónico (Anexo. Invitación a participar en la encuesta). No obstante, todas las encuestas tanto las realizadas por los técnicos a los encuestados - presencialmente o telefónicamente-, como las cumplimentadas por los propios encuestados - vía e.mail -, fueron incorporadas a través del enlace de acceso de la encuesta que se generó de la herramienta de Google Docs; con la finalidad, de tener todas las encuestas almacenadas en un mismo sistema y así facilitar su análisis estadístico.

Indicar, que el formulario de respuesta es totalmente anónimo: no revela más información que la que el usuario completó, excepto la fecha y hora de realización. Las respuestas se han almacenado en una hoja de cálculo, siendo la única manera de visualizarlas. Asimismo, no ha hecho falta tener cuenta de Google para completar el formulario.

Para la correcta aplicación de las encuestas se tomaron en cuenta algunas directrices que a nivel metodológico han dado rigurosidad a la recopilación de la información:

### **Responsabilidades**

1. Seguir las instrucciones del protocolo establecido para responder el cuestionario.
2. Revisar el contenido del cuestionario para garantizar su comprensión al momento de aplicarlo.
3. Informar oportunamente a los responsables del estudio sobre las dificultades o imprevistos que se puedan presentarse durante la aplicación del cuestionario.

### **Prescripciones**

1. No alterar o falsificar información recopilada en los cuestionarios aplicados.
2. No aplicar los cuestionarios a personas no contempladas en el estudio.

### **Confidencialidad**

Los participantes han sido informados del carácter confidencial de la información, es decir, la información que han aportado ha sido utilizada sólo para el estudio y no ha sido compartida con otras personas.



## Neutralidad

El cuestionario ha sido diseñado para recopilar información concreta sobre las necesidades formativas del sector Comercio y Marketing de la Comunidad de Castilla La Mancha. Por ello, se solicitó que el equipo técnico se mantuviera neutral respecto a los contenidos del mismo y no inducir las respuestas

## 2. Metodología Cualitativa

Uno de los objetivos de la fase experimental ha sido el elaborar un diagnóstico sobre la formación para el empleo. El informe descriptivo obtenido en la fase documental ha sido la base para elaborar instrumentos que permitieran indagar y profundizar sobre la situación de la formación para el empleo en la Familia de Comercio y Marketing así como analizar factores que permitan mejorar la empleabilidad a través de adquirir las competencias formativas que las empresas demandan en la actualidad. Partiendo de esta premisa **se han aplicado dos técnicas, entrevistas en profundidad y Panel Delphi, ambas técnicas fundamentadas por la opinión de expertos en formación para el empleo.**

### 2.1. Entrevista en Profundidad

**La técnica de entrevista en profundidad es una técnica que permite profundizar en los contenidos, en una relación de feed-back que se establece entre entrevistado y entrevistador.** Para este estudio, se ha optado por esta técnica, debido a que permite indagar sobre determinados aspectos sobre la realidad formativa en determinados sectores de actividad económica de Castilla La Mancha. La finalidad de su aplicación es la de elaborar un diagnóstico sobre las necesidades formativas con el objetivo de establecer mejoras que garanticen y aumenten la productividad de los trabajadores.

Como se ha comentado en epígrafes anteriores, la realización de entrevistas en profundidad ha permitido cumplir los siguientes objetivos del estudio:

- Identificar las necesidades formativas relacionadas con la Familia de Comercio y Marketing.
- Identificar las carencias y necesidades formativas concretas de los trabajadores de forma que puedan adquirir las competencias necesarias para evitar los desajustes con los requerimientos de cualificaciones del sistema productivo.
- Identificar los puntos fuertes y débiles del nuevo escenario de la Formación profesional para el empleo.

- Indagar sobre la recolocación de perfiles profesionales y acciones formativas tras la crisis.
- Identificar las competencias transversales que deben ser objeto de atención prioritaria para dar respuesta a las tendencias identificadas y favorecer la empleabilidad y movilidad intersectorial de los trabajadores.

El guión de entrevistas en profundidad ha estado constituido por dos bloques temáticos (Anexo. Guión de la entrevista en profundidad):

1. Valoración general sobre la formación para el empleo: La intencionalidad de este bloque tiene como objetivo el realizar un diagnóstico situacional sobre la formación en el sector de Comercio y Marketing. Para ello, se profundizará en cuestiones que girarán en torno a: dificultades que están incidiendo en el proceso de inserción laboral en el sector; perfiles que demandan las empresas en esta comunidad; competencias formativas necesarias para acceder al mercado laboral y mejorar la productividad; competencias formativas para el autoempleo como yacimiento de empleo (Emprendeduría) y actuaciones que se deberían desarrollar a nivel de la formación para evitar los desajustes de cualificaciones del sistema productivo.
2. Identificación de los puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades de la formación para el sector de Comercio y Marketing. Asimismo conocer los perfiles profesionales más afectados en el sistema productivo dentro del sector; perfiles profesionales con mayor capacidad productiva dentro del sector. Ha sido importante conocer la percepción sobre la evolución futura del sector y las iniciativas o actuaciones concretas que proponen los expertos relacionadas al ámbito de la formación para el empleo del sector.

### Perfil de los participantes

Para la aplicación de esta técnica, se trabajó con perfiles diversos entre los que se encuentran responsables de organizaciones empresariales, sindicales, técnicos de empleo, especialistas en formación para el empleo, especialistas en formación para la familia profesional de Comercio y Marketing. Para ello, se elaboró y envió un protocolo de invitación a cada uno de los expertos. (Anexo. Invitación expertos Entrevista en Profundidad)

La realización de las entrevistas vía telefónica, ha permitido dimensionar la información obtenida mediante fuentes documentales, obteniendo finalmente un diagnóstico en relación con la formación para el empleo y el sector productivo. **Se propusieron un total de 13 expertos concedores de la formación para el empleo para la Familia profesional de Comercio y Marketing.**

Las entrevistas en profundidad se realizaron telefónicamente desde el **12 de Junio** hasta el **30 de Septiembre de 2017**.

PROPUESTA DE EXPERTOS PARTICIPANTES EN LA FASE DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

NOMBRE Y APELLIDOS	ENTIDAD	CARGO	PERFIL/RELEVANCIA
Encarna Sánchez Vega	Comisiones Obreras Castilla-La Mancha (CC.OO)	Secretaria Formación CC.OO	Representante Organización sindical. Profesional con amplia experiencia en la negociación, programación, coordinación y gestión de la FPE en CLM. Participa en todas las mesas relacionadas con la Formación en nuestra región.
José María Rubio	Fundación Iniciativas de Futuro.	Director Regional	Representante de entidades sindicales. Dirige la Fundación de iniciativas de futuro de Castilla La Mancha. Tiene una amplia experiencia en el ámbito de la formación profesional para el empleo a través de la gestión y coordinación de actividades de formación de trabajadores ocupados y desempleados de la región de Castilla-La Mancha.
Javier Arriola Pereira	Universidad Alcalá de Henares	Profesor asociado de la Facultad de Economía, Empresariales y Turismo	Su conocimiento del tejido económico de la región, así como su experiencia docente como profesor en ciencias empresariales de la Universidad de Alcalá, le permitirán aportar información de interés acerca de las necesidades formativas de la Familia del Comercio y Marketing, especialmente de la Logística.
Francisco Javier Cuesta	CEOE-CEPYME CUENCA	Dtor. Formación	Director Formación Organización Empresarial Cuenca, con amplia experiencia en la programación, gestión y coordinación de la FPE, conector de las necesidades formativas empresariales.
Amador Pastor Noheda	Consejería de Educación	Dtor. Gral. de Programas Atención a la Diversidad y Formación Profesional	Director General de Programas, Atención a la Diversidad y Formación Profesional. Su experiencia en el área de formación profesional en el ámbito educativo, ha permitido disponer de una visión global y certera del sistema de formación profesional y concretamente, de la familia profesional de Informática y

			Comunicaciones.
Inma López Serrano	Atperson Formación S.L.U.	Gerente.	Directora Centro de Formación colaborador con el sistema de FPE en la provincia de Cuenca, gran conocedora de la Familia Profesional de Comercio y Marketing, así como con las necesidades de los distintos sectores respecto a las demandas formativas en este familia.
Enrique Yébenes Gálvez	Profesor FPE, especializado en el sector logística	Profesor autónomo /Amplia experiencia trabajando en empresas de logística	Profesor FPE, especializado en el sector logística. Dilatada experiencia como Director de Logística en empresas del sector, así como profesor en acciones formativas de FPE relacionadas con la logística.
Cristina López Heras	CERCIÓN. Empresa especializada en FPE	Dtora. De Formación y Calidad	Gerente en centro de formación. Su participación en este estudio viene determinada por su conocimiento en la gestión, programación y desarrollo de programas de formación, además dada su dilatada experiencia podrá dar respuesta a las necesidades de mejora continua e innovación del sistema de formación profesional para el empleo.
David Muñoz Zapata	Consejería de Economía, Empresas y Empleo Orientador	Orientador	Orientador en las Oficinas de Empleo de la Consejería de Economía, experiencia sobre los profesionales que son requeridos en el mercado productivo, así como en las competencias profesionales requeridas. Perfil que complementa el resto de perfiles.
Ángel Jiménez Rojas	Consejería de Economía, Empresas y Empleo	Jefe de Servicio del Observatorio del mercado de Trabajo CLM	Amplia experiencia en captación y tratamiento de datos relacionados con la FPE, lo que le permite aportar una visión global e integradora de los datos, desde una visión de la planificación regional.



Manuel Jacinto Roblizo Colmenero	Universidad de Castilla La Mancha	Profesor asociado de la Facultad de Economía, Empresariales y Turismo	Profesor Titular de Sociología en la Facultad de Educación de la Universidad de Castilla-La Mancha. Dilatada experiencia en investigaciones y estudios relacionados la sociología de la educación y la sociología política. Perfil experto seleccionado por su contribución a la investigación en educación.
Miguel Ángel Mena	Consejería de Economía, Empresas y Empleo	Jefe de Servicio de Formación Delegación Provincial de c. Real	Jefe de Servicio coordinando las acciones formativas aprobadas en la provincia de C. Real, conocedora de la programación de FPE y de los centros colaboradores que trabajan en su provincia. Perfil que complementa sus conocimientos en FPE a otros expertos.
Marcelino Casas	AKD Centro de Formación.	Responsable	Gerente en centro de formación. Conocedor de la Familia de Comercio y Marketing, siendo uno de los centros formativos que más trabaja dicha familia. Una de los primeros centros impartidor del Certificado de Profesionalidad on-line, por lo que su visión complementará la de otros expertos, como uno de los centros que más programa dichos certificados en la región.

**EXPERTOS DEFINITIVOS PARTICIPANTES EN LA FASE DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD**

NOMBRE Y APELLIDOS	ENTIDAD	CARGO	FECHA ENTREVISTA	MODALIDAD
Encarna Sánchez Vega	Comisiones Obreras Castilla-La Mancha (CC.OO)	Secretaria Formación CC.OO	03/07/2017	Telefónica
José María Rubio	Fundación Iniciativas de Futuro.	Director Regional	24/07/2017	Telefónica
Javier Arriola Pereira	Universidad Alcalá de Henares	Profesor asociado de la Facultad de Economía, Empresariales y Turismo	08/09/2017	Correo electrónico
Francisco Javier Cuesta	CEOE-CEPYME CUENCA	Dtor. Formación	30/09/2017	Telefónica
Amador Pastor Noheda	Consejería de Educación	Dtor. Gral. de Programas Atención a la Diversidad y Formación Profesional	28/09/2017	Correo electrónico
Inma López Serrano	Arperson Formación S.L.U.	Gerente.	14/09/2017	Telefónica
Enrique Yébenes Gálvez	Profesor FPE, especializado en el sector logística	Profesor autónomo /Amplia experiencia trabajando en empresas de logística	18/07/2017	Telefónica
Cristina López Heras	CERCIÓN. Empresa especializada en FPE	Dtora. De Formación y Calidad	31/07/2017	Telefónica
David Muñoz Zapata	Consejería de Economía, Empresas y Empleo Orientador	Orientador	01/08/2017	Telefónica
Ángel Jiménez Rojas	Consejería de Economía, Empresas y Empleo	Jefe de Servicio del Observatorio del mercado de Trabajo CLM	03/08/2017	Telefónica



Motivos de no participación: Declinaron participar en el estudio. D. Manuel Roblizo de la Universidad de Castilla la Mancha, D. Miguel Ángel Mena de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo y D. Marcelino Casas de AKD Centro de formación.

Siendo conocedores de que el devenir metodológico es flexible y atendiendo algunas incidencias por parte de 3 de los expertos, el cuadro final de expertos que han participado en el estudio se circunscriben a 10 siendo el número establecido para el estudio.

## 2.2. Panel Delphi

**La metodología Delphi consiste en la consulta, a través de una serie de cuestionarios, a un grupo de expertos con el fin de integrar diferentes visiones sobre determinadas tendencias.** Por esta razón se considera que es el procedimiento más adecuado para recabar reflexiones acerca de las perspectivas de los perfiles profesionales correspondientes a determinados grupos de actividad y familias profesionales.

El Panel Delphi se ha utilizado como una técnica que ha sustituido a la mesa de contraste, propuesta inicialmente en el proyecto para la Familia Profesional de Comercio y Marketing. Las razones que permiten justificar este cambio son las siguientes:

1. Economiza costes de desplazamiento a los expertos.
2. Es una técnica libre de sesgos ya que no se comparte información sobre los resultados del estudio con otros expertos eliminando juicios de valor propios de sesiones grupales y garantiza la libertad de respuesta sin ser sometida a condicionamientos.
3. Es una técnica rigurosa a nivel metodológico que garantiza el proceso para contrastar las tendencias elaboradas por las respuestas obtenidas en los cuestionarios y entrevistas por los expertos de forma individual.
4. Permite elaborar categorías concretas en la fase prospectiva respecto a la formación en cada una de las familias profesionales.



El Panel Delphi ha permitido cumplir con los siguientes objetivos:

- Llevar a cabo la observación y prospección del mercado de trabajo que permita detectar los cambios en las demandas de cualificación y competencias del tejido productivo.
- Contrastar las carencias y necesidades formativas concretas de los trabajadores de forma que puedan adquirir las competencias necesarias para evitar los desajustes con los requerimientos de cualificaciones del sistema productivo.
- Llevar a cabo la prospección y detección de necesidades formativas necesaria que permita diseñar una oferta formativa de calidad con el fin de garantizar la correspondencia entre la demanda y la oferta de las cualificaciones profesionales requeridas por el sistema productivo.
- Identificar las tendencias y la evolución previsible de la economía de Castilla-La Mancha, plasmando las novedades que exigen actualizar y adaptar las competencias de los trabajadores a través de la formación.

**Los paneles Delphi se configuran como un método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos, como un todo, tratar un problema complejo.** En este sentido, las técnicas de consenso permitieron obtener unos estimadores cuantitativos a partir de estrategias cualitativas, determinando el grado de acuerdo existente entre los participantes respecto al tema o temas de la sesión.

En concreto, la técnica Delphi aporta las siguientes ventajas frente a otras de carácter cualitativo:

- El anonimato de las aportaciones de los participantes (se elimina el fenómeno de surgimiento del líder que se da, por ejemplo, en un grupo de discusión).
- La interacción entre los participantes con feedback controlado; la respuesta del grupo y la experiencia de los componentes del grupo.
- Es un método que permite trabajar los temas en tiempo presente y futuro.



## Descripción de las fases del proceso del Panel Delphi

### Fase de definición

La **primera fase de definición** consiste en formular claramente los objetivos del estudio y concretamente, detectar las variables que deben explorarse en el Panel Delphi. Para ello, se analizó los resultados obtenidos en las metodologías aplicadas tanto cuantitativas como cualitativas, utilizadas en el desarrollo del estudio, tales como el cuestionario y la entrevista en profundidad. **Concretamente, para el diseño inicial de la primera circulación del Delphi se tuvo en cuenta el 50-60% de las encuestas y de las entrevistas en profundidad realizadas.**

### Fase de conformación del grupo de informantes

En la planificación de una consulta Delphi, la mejor fuente para obtener información son los expertos o informantes clave, que tengan suficiente experiencia en el tema, tanto conocimientos como experiencia en el contenido de la consulta.

Por ello, para la aplicación de esta técnica fue necesario contar con expertos concedores de la Formación Profesional y en concreto de la familia Profesional de Comercio y Marketing. Para lo cual, se contactó con perfiles diversos entre los que destacar; expertos en el ámbito de la formación profesional para el empleo, pertenecientes al mundo académico y la consultoría, representantes de asociaciones y organizaciones empresariales; representantes de entidades sindicales más representativas, gerentes y directivos, responsables de formación y recursos humanos así como representantes de entidades gestoras de formación profesional para el empleo.

**Finalmente se propusieron un total de 12 expertos** concedores de la formación para el empleo para la Familia Profesional de Comercio y Marketing, para la realización del Panel Delphi.

PROPUESTA DE EXPERTOS PARTICIPANTES PANEL DELPHI.

NOMBRE Y APELLIDOS	ENTIDAD	CARGO	PERFIL/RELEVANCIA
Encarna Sánchez Vega	Comisiones Obreras Castilla-La Mancha (CC.OO)	Secretaria Formación CC.OO	Representante Organización sindical. Profesional con amplia experiencia en la negociación, programación, coordinación y gestión de la FPE en CLM. Participa en todas las mesas relacionadas con la Formación en nuestra región
José María Rubio	Fundación e Iniciativa de Futuro (UGT)	Dtor. Regional de la Fundación Iniciativas de Futuro	Representante de entidades sindicales. Dirige la Fundación de iniciativas de futuro de Castilla La Mancha. Tiene una amplia experiencia en el ámbito de la formación profesional para el empleo a través de la gestión y coordinación de actividades de formación de trabajadores ocupados y desempleados de la región de Castilla-La Mancha.
Inma López Serrano	Atperson Formación S.L.U.	Gerente.	Gerente en centro de formación. Su participación en este estudio viene determinada por su conocimiento en la gestión, programación y desarrollo de programas de formación, además dada su dilatada experiencia podrá dar respuesta a las necesidades de mejora continua e innovación del sistema de formación profesional para el empleo.
Cristina López Heras	CERCIÓN. Empresa especializada en FPE	Dtora. De Formación y Calidad	Directiva y responsable empresa de consultoría de FPE. Dilatada experiencia en proyectos y estudios de la formación profesional para el empleo y cualificaciones profesionales. Su conocimiento servirá para conocer las necesidades de formación de la Familia Profesional de Comercio y Marketing, así como, los puntos clave a tener en cuenta para desarrollar y diseñar los futuros

planes de formación.

Marcelino Casas	AKD Centro de Formación.	Responsable	Gerente en centro de formación. Conocedor de la Familia de Comercio y Marketing, siendo uno de los centros formativos que más trabaja dicha familia. Una de los primeros centros impartidor del Certificado de Profesionalidad on-line, por lo que su visión complementará la de otros expertos, como uno de los centros que más programa dichos certificados en la región.
Rocío López	AKD Centro de Formación.	Área de formación (sugerida por Marcelino Casas)	Coordinadora formativa del centro colaborador AKD, gestora de certificados de profesionalidad de la Familia de Comercio y Marketing, en modalidad on-line, así como formadora y gestora de otras familias profesionales.
David Muñoz Zapata	Consejería de Economía, Empresas y Empleo Orientador	Orientador	Orientador en itinerarios formativos, que desarrolla su trabajo en la región, experto que complementa las informaciones sobre las Necesidades Formativas y perfiles profesionales.
Javier Arriola Pereira	Universidad Alcalá de Henares	Profesor asociado de la Facultad de Economía, Empresariales y Turismo	Su conocimiento del tejido económico de la región, así como su experiencia docente como profesor en ciencias empresariales de la Universidad de Alcalá, le permitirán aportar información de interés acerca de las necesidades formativas de la Familia del Comercio y Marketing, especialmente de la Logística.
Francisco Javier Cuesta	CEOE-CEPYME CUENCA	Dir. Formación	Director Formación Organización Empresarial Cuenca, con amplia experiencia en la programación, gestión y coordinación de la FPE, conocedor de las necesidades



			formativas empresariales.
M <sup>a</sup> Asunción Díaz del Río	CANTUDAL S.L.	CEO Dirección Empresas relacionadas con el Marketing. Profesora adjunta Universidad CLM	Directora empresa del sector Comercio y Marketing, amplia experiencia en el sector, gran experiencia en formación y como mentora en sectores de Comercio y Marketing. Experta en formación como profesora adjunta Universidad CLM.
Juana López	APD CLM	Dtra. APD Delegación Castilla-La Mancha	Dirección, entidad dirigida al desarrollo profesional y personal de directivos y empresarios; por tanto conocedora del tejido empresarial de la región y de sus necesidades formativas.
Saturnino Galán	Representaciones GALÁN, S.L.	Director Comercial	Director Gerente empresa del sector Comercio Y Marketing, con amplia experiencia en el sector que aporta una visión empresarial sobre las necesidades formativas del sector y la implantación de los Certificados de Profesionalidad en el sector.

### Fase de ejecución de las rondas de consulta

El objetivo del Panel Delphi, fue la consecución de consenso basado en la discusión entre expertos mediante un proceso interactivo, para lo cual se elaboró un cuestionario que fue contestado de forma individual por cada experto. Este cuestionario se elaboró siguiendo las pautas de cualquier cuestionario, tanto en sus aspectos formales, elaboración de las preguntas, claridad, adaptación del lenguaje a las características del grupo, entre otras, como en cuanto a las cualidades técnicas que debe poseer, validez y fiabilidad.

Los expertos fueron consultados dos veces, a través, de una primera circulación del Panel Delphi y una segunda circulación del mismo. Teniendo en cuenta los siguientes puntos

- **Primera Circulación**

El primer cuestionario del Panel Delphi se elaboró tras el análisis de los resultados globales, resultantes de las fases de encuestación y de la entrevista en profundidad. Concretamente, para el diseño inicial de la primera circulación del Delphi se tuvo en cuenta el 50-60% de las encuestas y de las entrevistas en profundidad realizadas.

- **Segunda Circulación**

Tras conocer los resultados obtenidos de la Primera Circulación del Panel Delphi, se volvió a realizar otro cuestionario que fue contestado por los mismos expertos.

Por lo tanto, podríamos afirmar que, en líneas generales, la finalidad de las dos circulares es obtener el pensamiento consensuado del grupo respecto a la Familia Profesional de Comercio y Marketing.

A continuación, detallamos la aplicación metodológica del Panel Delphi tras realizar la Primera Circulación y la Segunda Circulación:

## PRIMERA CIRCULACIÓN

Con el propósito de obtener cumplimentado el Panel Delphi, se envió por correo electrónico a los expertos participantes un protocolo de invitación (Anexo. Invitación expertos Panel Delphi. Primera Circulación) junto con la herramienta (cuestionario), a fin de que se cumplimentase el Panel Delphi de forma individual, asimismo, paralelamente se contactó telefónicamente con los expertos para explicar el modo de aplicación y realizar un seguimiento continuo del estado de la respuestas de la primera circulación. (Anexo. Panel Delphi. Primera Circulación)

Señalar, que en el Panel Delphi se incluyó preguntas cerradas sobre las tendencias producto de las fases de encuestación y entrevistas en profundidad. Una vez valoradas dichas tendencias y procesadas estadísticamente a través del cálculo de la media, la moda y la mediana se ha conocido la valoración que los expertos han hecho sobre cada afirmación. El cálculo de la desviación típica, ha permitido conocer el grado de consenso alcanzado.

**Esta primera circulación se realizó del 02/10/2017 al 23/10/2017.**

### Cuestionario

El cuestionario se ha diseñado en cinco bloques temáticos, se solicitó a los expertos que seleccionaran, de acuerdo a su criterio, las alternativas que mejor se adaptaran a su forma de valorar las tendencias resultantes de las fases de encuestación y entrevistas en profundidad. (Anexo. Panel Delphi Primera Circulación)

### BLOQUE I. CARENCIAS Y NECESIDADES DE LA FORMACIÓN EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING

Grado de acuerdo o desacuerdo (planteamiento binomial) respecto a las carencias y necesidades formativas en la Familia profesional de Comercio y Marketing.

### BLOQUE II. FORMACIÓN EN EL ÁREA DE TRABAJO EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING

Grado de acuerdo o desacuerdo (planteamiento binomial) respecto a elementos relacionados con la formación que han recibido en su lugar de trabajo.

### BLOQUE III. DETECCIÓN DE NECESIDADES FORMATIVAS EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING

Grado de acuerdo o desacuerdo (planteamiento binomial) respecto a las necesidades formativas en la Familia profesional de Comercio y Marketing.

#### BLOQUE IV. PROPUESTAS FORMATIVAS EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING

Valoración sobre los tipos de formación esenciales para el desarrollo de la Familia profesional de Comercio y Marketing.

#### BLOQUE V. OBSERVACIÓN Y PROSPECCIÓN DE NECESIDADES FORMATIVAS DE LA FAMILIA DE COMERCIO Y MARKETING

Valoración sobre la evolución de la formación para el empleo en función de las necesidades formativas de la Familia profesional de Comercio y Marketing.

#### EXPERTOS DEFINITIVOS PARTICIPANTES EN EL PANEL DELPHI.PRIMERA CIRCULACIÓN

NOMBRE Y APELLIDOS	ENTIDAD	CARGO	FECHA DE ENTREGA PANEL DELPHI CUMPLIMENTADO
Encarna Sánchez Vega	Comisiones Obreras Castilla-La Mancha (CC.OO)	Secretaria Formación CC.OO	23/10/2017
José María Rubio	Fundación e Iniciativa de Futuro (UGT)	Dtor. Regional de la Fundación Iniciativas de Futuro	03/10/2017
Inma López Serrano	Atperson Formación S.L.U.	Gerente.	07/10/2017
Cristina López Heras	CERCIÓN. Empresa especializada en FPE	Dtora. De Formación y Calidad	07/10/2017
Rocío López	AKD Centro de Formación.	Área de formación (sugerida por Marcelino Casas)	23/10/2017
David Muñoz Zapata	Consejería de Economía, Empresas y Empleo Orientador	Orientador	09/10/2017
Javier Arriola Pereira	Universidad Alcalá de Henares	Profesor asociado de la Facultad de Economía, Empresariales y Turismo	08/10/2017
Francisco Javier Cuesta	CEOE-CEPYME CUENCA	Dtor. Formación	23/10/2017
Juana López	APD CLM	Dtra. APD Delegación Castilla-La Mancha	23/10/2017
Saturnino Galán	Representaciones GALÁN, S.L.	Director Comercial	18/10/2017

Motivos de no participación: D. Marcelino Casas de AKD Centro de Formación declinó participar en el estudio. Asimismo, Dña. M<sup>a</sup> Asunción del Río de CANTUDAL S.L.no pudo enviar las respuestas del Panel Delphi.

Siendo conocedores de que el devenir metodológico es flexible, el cuadro final de expertos que han participado en el estudio se circunscribe a 10 respetando el número establecido para el estudio.

## SEGUNDA CIRCULACIÓN

**En los cuestionarios de la segunda circulación, además de las preguntas pertinentes, se ha incluido información clave sobre el consenso establecido en la primera circulación, con el fin de propiciar la interrelación entre los participantes y de posibilitarles modificar sus respuestas iniciales.** La finalidad ha sido la de obtener el máximo consenso y establecer parámetros de contraste con los resultados obtenidos en las otras técnicas.

Asimismo, tal como se llevó a cabo en la primera circulación, se envió por correo electrónico a los expertos participantes un protocolo de invitación (Anexo. Invitación expertos Panel Delphi. Primera Circulación) junto con la herramienta (cuestionario), a fin de que se cumplimentase la segunda circulación del Panel Delphi de forma individual, asimismo, paralelamente se contactó telefónicamente con los expertos para explicar el modo de aplicación y realizar un seguimiento continuo del estado de la respuestas de la segunda circulación. (Anexo. Panel Delphi. Segunda Circulación)

**Esta segunda circulación se ha realizado del 24/10/2017 al 30/10/2017.**

### Cuestionario

El cuestionario mantiene los cinco bloques temáticos diseñados para la primera circulación y se ha pedido a los expertos que seleccionaran, de acuerdo a su criterio, las alternativas que mejor se adaptaran a su forma de valorar las tendencias resultantes de la primera circulación del Panel Delphi que se han presentado de manera consensuada para esta familia profesional. (Anexo. Panel Delphi Segunda Circulación)



**BLOQUE I. CARENCIAS Y NECESIDADES DE LA FORMACIÓN EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING**

Valoración sobre las carencias y necesidades formativas en la Familia profesional de Comercio y Marketing.

**BLOQUE II. FORMACIÓN EN EL ÁREA DE TRABAJO EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING**

Valoración sobre los elementos relacionados con la formación que han recibido en su lugar de trabajo.

**BLOQUE III. DETECCIÓN DE NECESIDADES FORMATIVAS EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING**

Valoración sobre las necesidades formativas en la Familia profesional de Comercio y Marketing.

**BLOQUE IV. PROPUESTAS FORMATIVAS EN LA FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING**

Valoración sobre los tipos de formación esenciales para el desarrollo de la Familia profesional de Comercio y Marketing.

**BLOQUE V. OBSERVACIÓN Y PROSPECCIÓN DE NECESIDADES FORMATIVAS DE LA FAMILIA DE COMERCIO Y MARKETING**

Valoración sobre la evolución de la formación para el empleo en función de las necesidades formativas de la Familia profesional de Comercio y Marketing.

EXPERTOS DEFINITIVOS PANEL DELPHI. SEGUNDA CIRCULACIÓN

NOMBRE Y APELLIDOS	ENTIDAD	CARGO	FECHA DE ENTREGA PANEL DELPHI CUMPLIMENTADO
Encarna Sánchez Vega	Comisiones Obreras Castilla-La Mancha (CC.OO)	Secretaria Formación CC.OO	29/10/2017
José María Rubio	Fundación e Iniciativa de Futuro (UGT)	Dtor. Regional de la Fundación Iniciativas de Futuro	30/10/2017
Inma López Serrano	Atperson Formación S.L.U.	Gerente.	30/10/2017
Cristina López Heras	CERCIÓN. Empresa especializada en FPE	Dtora. De Formación y Calidad	27/10/2017
Rocío López	AKD Centro de Formación.	Área de formación (sugerida por Marcelino Casas)	28/10/2017
David Muñoz Zapata	Consejería de Economía, Empresas y Empleo Orientador	Orientador	26/10/2017
Javier Arriola Pereira	Universidad Alcalá de Henares	Profesor asociado de la Facultad de Economía, Empresariales y Turismo	24/10/2017
Francisco Javier Cuesta	CEOE-CEPYME CUENCA	Dtor. Formación	30/10/2017
Juana López	APD CLM	Dtra. APD Delegación Castilla-La Mancha	24/10/2017

Motivos de no participación: D. Marcelino Casas de AKD Centro de Formación declinó participar en el estudio. Asimismo, Dña. M<sup>a</sup> Asunción del Río de CANTUDAL S.L. y D. Saturnino Galán de Representaciones GALÁN, S.L. no pudieron enviar las respuestas del Panel Delphi.

Siendo conocedores de que el devenir metodológico es flexible, el cuadro final de expertos que han participado en el estudio se circunscribe a 9 respetando el número establecido para el estudio.



### 3. Herramientas de Análisis e Indicadores de Valoración Metodológica

El análisis de las informaciones obtenidas a través de las fases cuantitativas y cualitativas, se ha realizado bajo un enfoque hermenéutico, es decir, estableciendo interpretaciones propias de los resultados.

**Fase cuantitativa (Encuestación):** El procesamiento estadístico se ha realizado a través del manejo de tablas dinámicas (Excel) para procesar de manera rigurosa los datos aportados por los cuestionarios recopilados. Respetando los objetivos del estudio, las tablas se presentan de tres maneras:

- a) Análisis univariante: Representan los datos obtenidos de manera unilateral
- b) Análisis bivariante: Representa el tratamiento estadístico de 2 variables que aporta información relevante. Para ello se ha utilizado el criterio de “territorialidad” con el objetivo de dar protagonismo al desarrollo de la formación para el empleo en las 5 provincias de Castilla-La Mancha: Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara y Toledo.
- c) Análisis por Escala: Se incluyen todas las respuestas en relación a las preguntas que se han formulado siguiendo una escala de valoración ( ej.: muy importante-nada importante)

Para el análisis de la fase cualitativa el procedimiento ha sido el siguiente:

**Panel Delphi:** Aunque ha sido una técnica sustitutiva de la mesa de contraste, sus respuestas han sido analizadas de forma estadística a través de la aplicación de media y desviación típica aplicando criterios cuartiles para determinar el grado de consenso de las respuestas obtenidas por los expertos.

**Entrevistas en profundidad:** Para el procesamiento de las informaciones obtenidas por los expertos que han intervenido en las entrevistas, se elaboraron categorías de análisis de acuerdo a indicadores propios de los objetivos del estudio: carencias de la formación, situación de la formación en el territorio, propuestas de mejora para garantizar la elaboración del diagnóstico sobre la formación para el empleo en la familia profesional. Dichos testimonios han sido incluidos en los distintos apartados manteniendo el anonimato de los informantes y destacando sólo la provincia a la cual pertenecen, de esta forma sólo se utiliza el criterio de la territorialidad para categorizar la información recopilada.

## Capítulo III. Necesidades de Formación y Recualificación del Mercado Laboral en la Familia Profesional de Comercio y Marketing

### 1. Consideraciones Generales sobre el Mercado de Trabajo y la Formación para el Empleo en Castilla-La Mancha

Uno de los elementos esenciales de la formación es servir de complemento para facilitar la empleabilidad y la productividad.

El término empleabilidad, de creciente importancia en nuestros días, se refiere a las competencias y cualificaciones transferibles que refuerzan la capacidad de las personas para aprovechar las oportunidades de educación y de formación que se les presenten con miras a encontrar y conservar un trabajo decente, progresar en la empresa o al cambiar de empleo y adaptarse a la evolución de la tecnología y de las condiciones del mercado de trabajo. OIT, Recomendación 195 sobre el desarrollo de los recursos humanos, 2004.

Otras acepciones reseñables hacen referencia a la capacidad de estar empleado en un trabajo (Van der Heijden, 2002). Algunos autores han ampliado un poco más el término, considerándolo como “la capacidad de un individuo para obtener y retener un trabajo productivo y recompensado a lo largo de su vida laboral” (Cornet y Vanniker, 1998); “determinar, obtener y mantener las habilidades necesarias para trabajar, ‘marketearse’ a sí mismo en función de obtener trabajo, y trabajando competentemente en orden a retener el trabajo” (Romaniuk y Snart, 2000).

La revisión de la literatura, efectuada por Hillage y Pollard (2005), señala que en lo esencial “se refiere al trabajo y fundamentalmente a la habilidad para estar empleado” e identifican tres elementos clave que involucra el concepto: la habilidad de obtener el primer empleo, la habilidad para mantener el empleo, y hacer “transiciones” entre trabajos y roles dentro de la misma organización, y la habilidad para obtener un nuevo empleo si se requiere, esto es, ser independiente en el mercado laboral y poseer una orientación a gestionar las transiciones de empleo entre y dentro de las organizaciones.



En cualquier caso, todas las acepciones relacionan la empleabilidad con términos como “cualificación”, “capacidad”, “habilidades”, que directamente apuntan a los procesos formativos en sentido amplio, que son los que posibilitan incrementar dicha empleabilidad.

La propia Comisión Europea, en su Estrategia 2020 define una Agenda de nuevas cualificaciones y empleos, cuyo objetivo es “modernizar los mercados laborales y potenciar la autonomía de las personas mediante el desarrollo de capacidades a lo largo de su vida con el fin de aumentar la participación laboral y adecuar mejor la oferta y la demanda de trabajos, en particular mediante la movilidad laboral”.

El objetivo de esta iniciativa es crear las adecuadas condiciones para modernizar los mercados laborales con objeto de incrementar los niveles de empleo y garantizar la continuidad de nuestros modelos sociales. Esto significa habilitar a las personas mediante la adquisición de nuevas cualificaciones, con el fin de que la población activa actual y futura se adapten a las nuevas condiciones y a los potenciales cambios de en el ámbito laboral.

En esta línea, en España, el Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo, así como, Real Decreto 694/2017, que regula las distintas iniciativas de formación que configuran el subsistema de formación profesional para el empleo, indica entre sus fines el proporcionar a los trabajadores los conocimientos y las prácticas adecuados a las competencias profesionales requeridas en el mercado de trabajo y a las necesidades de las empresas, así como contribuir a la mejora de la productividad y competitividad de las empresas.

En definitiva, todas las iniciativas institucionales convergen en la certeza de que la mejora de la adecuación de las competencias, transversales y específicas, de los trabajadores a las demandas del mercado laboral revierten en un incremento de la empleabilidad de los mismos y esto sólo es posible a través de programas de cualificación de los trabajadores, considerando, además, sus especiales características de inestabilidad y la problemática de su entorno.

Existen una serie de habilidades y actitudes que son ya casi imprescindibles en un buen número de ocupaciones: conocimiento digital, flexibilidad y movilidad, liderazgo y capacidad de trabajar en equipo, responsabilidad y compromiso, comunicación, etc. Estas competencias transversales son las que no se cubren, en la mayoría de los casos, a través de la formación específica de cada profesión, cuando se obtiene un título universitario o de formación profesional. Sin embargo, en la actualidad, no se entiende favorecer la empleabilidad sin actuar sobre las aptitudes transversales del trabajador. El entorno, cada vez más cambiante, demanda una adaptación de la capacitación de las personas y al mismo tiempo una adecuación

de la formación a las expectativas de la demanda social y del mercado laboral (Castejón, Cantero y Pérez 2008).

En los siguientes epígrafes se presentan los resultados de la fase cuantitativa del estudio; seguidamente se presentan los resultados de la fase cualitativa en los que se han recopilado una serie de valoraciones en torno al diagnóstico de la formación en la Familia profesional de Comercio y Marketing y su efecto en la empleabilidad.

## 2. Variables Socio-Demográficas

### Variable Sexo

De los encuestados que han participado en el estudio, podemos indicar, que un 54% eran hombres y un 46% mujeres.

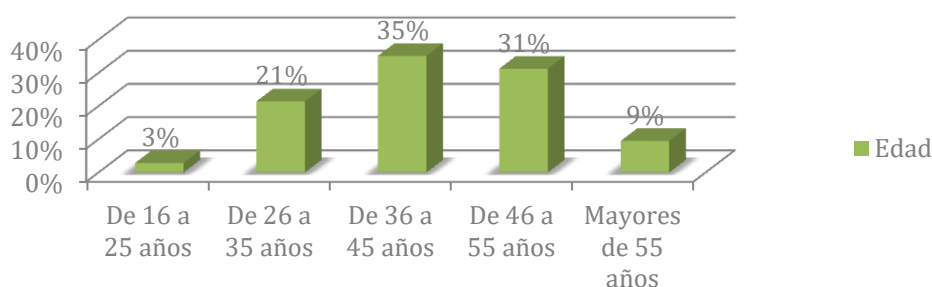
Tabla. Variable Sexo

	Total	
	(F)	(%)
Hombre	155	54%
Mujer	130	46%
N.S./N.C.	0	0%
Total	285	100%

### Variable Edad

La cohorte de edad más representativa ha estado conformada por los grupos de 36 a 45 años con un 35%, seguido del grupo de 46 a 55 años con un 31% y del grupo de 26 a 35 años con un 21%.

Gráfico. Variable Edad



## Variable Nivel de Formación

Sobre el nivel de formación, el mayor número de encuestados, un 20%, tiene Bachillerato, seguido de aquellos que tienen estudios universitarios, ya que el 16% ha cursado una licenciatura universitaria/Grado y/o dispone de Diplomatura universitaria/Grado.

Tabla. Variable Nivel de Formación

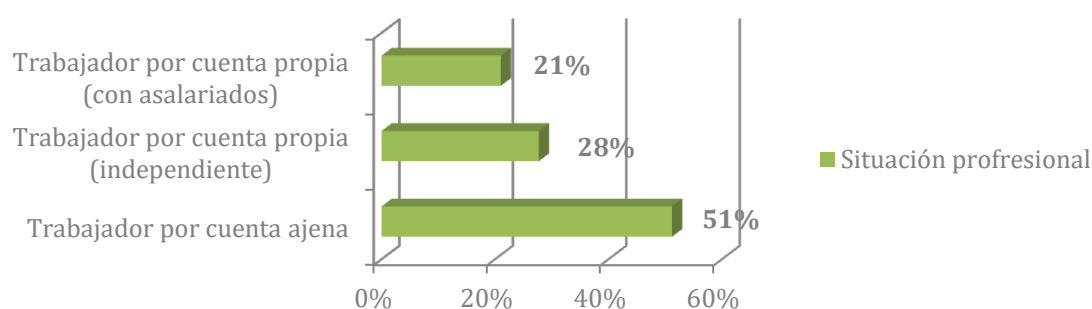
	Total	
	(F)	(%)
Sin estudios	3	1%
Graduado Escolar	41	14%
E.S.O.	11	4%
Bachillerato	<b>58</b>	<b>20%</b>
FP/C.G.M	16	6%
FP/C.G.S	42	15%
Diplomatura universitaria/Grado	47	16%
Licenciatura universitaria/Grado	46	16%
Máster/Doctorado/ Postgrado	21	7%
N.S./N.C.	0	0%
Total	285	100%

## 3. Variables Profesionales

### Variable Situación Profesional

En lo que respecta a la situación profesional del encuestado, un 51% trabaja por cuenta ajena; un 28% es un trabajador por cuenta propia (independiente) y un 21% es trabajador por cuenta propia con asalariados.

Gráfico. Variable Situación Profesional



### Variable Función Principal que Realiza

El 36% de los encuestados la función que realizan es Comercial [Operaciones de compra-venta, proveedores, distribución, investigación de mercados], así como, el 31% de los encuestados realizan una función técnica relacionada con la familia profesional estudiada.

Tabla. Variable Función Principal que Realiza

	Total	
	(F)	(%)
Función Técnica [Relacionada con el producto o servicio que constituye su actividad]	87	31%
Función Comercial [Operaciones de compra-venta, proveedores, distribución, investigación de mercados]	102	36%
Función Financiera [Obtención de recursos económicos]	2	1%
Función Administrativa [Contabilidad y control de costes]	19	7%
Función Social [Relacionada con los recursos humanos]	5	2%
Función Dirección [Coordina y planifica todas las demás funciones]	69	24%
N.S./N.C.	1	0%
Total	285	100%

## Variable Sector de Actividad

Del análisis de la actividad económica (CNAE-2009) de las 285 empresas encuestadas (pymes y micropymes), el 53% pertenecen al sector de actividad *GRUPO G. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas*.

Tabla. Variable Sector de Actividad

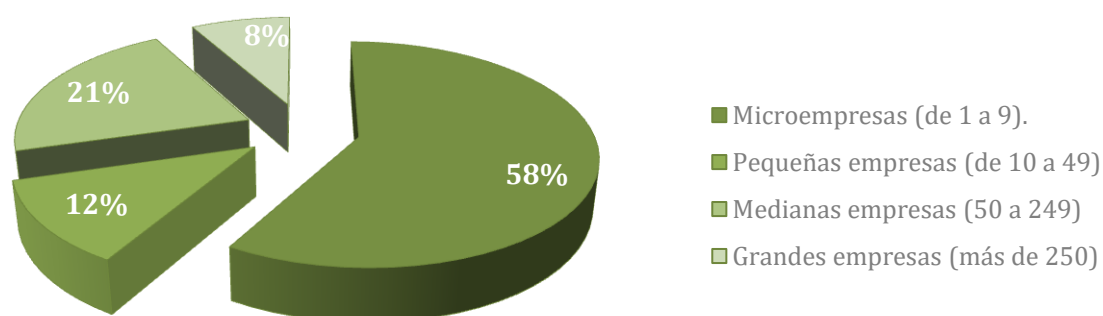
	Total	
	(F)	(%)
GRUPO A. Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	8	3%
GRUPO B. Industrias extractivas	9	3%
GRUPO C. Industria manufacturera	27	9%
GRUPO D. Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	4	1%
GRUPO E. Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	0	0%
GRUPO F. Construcción	7	2%
GRUPO G. Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	<b>151</b>	<b>53%</b>
GRUPO H. Transporte y almacenamiento	4	1%
GRUPO I. Hostelería	5	2%
GRUPO J. Información y comunicaciones	4	1%
GRUPO K. Actividades financieras y de seguros	11	4%
GRUPO L. Actividades inmobiliarias	0	0%
GRUPO M. Actividades profesionales, científicas y técnicas	8	3%
GRUPO N. Actividades administrativas y servicios auxiliares	0	0%
GRUPO O. Administración pública y defensa; seguridad social obligatoria	1	0%
GRUPO P. Educación	13	5%
GRUPO Q. Actividades sanitarias y de servicios sociales	11	4%
GRUPO R. Actividades artísticas, recreativas y entrenamiento	1	0%
GRUPO S. Otros servicios	9	3%
GRUPO T. Actividades de los hogares como empleadores de personal doméstico; actividades de	0	0%

los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio		
GRUPO U. Actividades de organizaciones y organismos extraterritoriales	1	0%
N.S./N.C.	11	4%
Total	285	100%

### Variable Tamaño de la Empresa

La **microempresa predomina entre las empresas encuestadas**, ya que, según los datos obtenidos podemos afirmar que el 58% de las empresas se concentran básicamente en las de de menos de 10 empleados, mientras que las empresas de 10 y más empleados tan solo representan un 12%.

Gráfico. VariableTamaño de la Empresa



## 4. Identificación de las necesidades y carencias formativas en la Familia profesional de Comercio y Marketing

Es significativo señalar que el 62% de los encuestados afirma haber realizado alguna formación en los dos últimos años.

Tabla. Realización de acción formativa en los últimos 2 años

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Sí	54	84%	38	73%	28	50%	15	28%	43	72%	<b>178</b>	<b>62%</b>
No	10	16%	14	27%	28	50%	38	72%	17	28%	107	38%
N.S./N.C.	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

Concretamente, el 37% realizó dicha formación por iniciativa propia, frente a un 11% que realizó la formación a petición de la empresa.

Tabla. Iniciativa de cursar formación

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Iniciativa propia	43	67%	20	38%	13	23%	5	9%	25	42%	<b>106</b>	<b>37%</b>
Iniciativa de la empresa	2	3%	5	10%	14	25%	3	6%	7	12%	<b>31</b>	<b>11%</b>
Ambas	13	20%	13	25%	29	52%	6	11%	11	18%	<b>72</b>	<b>25%</b>
N.S./N.C.	6	9%	14	27%	0	0%	39	74%	17	28%	<b>76</b>	<b>27%</b>
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	<b>285</b>	<b>100%</b>

El 33% de la formación realizada por los encuestados, es formación específica o especializada en su sector.

Tabla. Tipo de Formación. (Respuesta múltiple)

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Formación específica o especializada en su sector	22	33%	25	47%	15	27%	12	22%	21	34%	95	33%
Formación transversal o intersectorial	16	24%	14	26%	9	16%	4	7%	19	31%	62	21%
Ambas	24	36%	8	15%	4	7%	38	70%	11	18%	85	29%
N.S./N.C.	5	7%	6	11%	28	50%	0	0%	10	16%	49	17%
Total	67	100%	53	100%	56	100%	54	100%	61	100%	291	100%

Asimismo, el 42% de los encuestados cree que tiene un nivel alto de formación para el desempeño de su actividad profesional.

Tabla. Nivel de formación para el desarrollo de actividad profesional

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (más negativo)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	1	0%
2	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%	2	3%	7	2%
3	12	19%	3	6%	0	0%	24	45%	6	10%	45	16%
4	31	48%	26	50%	16	29%	25	47%	13	22%	111	39%
5 (más positivo)	21	33%	23	44%	39	70%	2	4%	35	58%	120	42%
N.S./N.C.	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	4	7%	5	2%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 59% de los encuestados indica que el principal motivo para hacer formación ha sido *para obtener una mejor cualificación y perfeccionar conocimientos*, siendo el segundo motivo con un 54% *la satisfacción e interés personal*.

Tabla. Motivo para realizar formación

	1 (menos importante)		2		3		4		5 (más importante)		N.S./N.C.		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1. Motivo: Para obtener una mejor cualificación y perfeccionar conocimientos	3	1%	5	2%	26	9%	84	29%	167	59%	0	0%	285	100%
2. Motivo: Para promocionarme dentro de la empresa	54	19%	57	20%	51	18%	49	17%	72	25%	2	1%	285	100%
3. Motivo: Por satisfacción e interés personal	8	3%	11	4%	35	12%	77	27%	154	54%	0	0%	285	100%
4. Motivo: Para no perder mi puesto de trabajo	72	25%	53	19%	57	20%	47	16%	54	19%	2	1%	285	100%
5. Motivo: Porque quiero cambiar de trabajo	100	35%	77	27%	47	16%	27	9%	32	11%	2	1%	285	100%
6. Motivo: Porque estoy obligado por alguna normativa / ley (ej. Prevención RRL, legislación Medio Ambiente, etc.)	88	31%	88	31%	54	19%	24	8%	29	10%	2	1%	285	100%
7. Motivo: Porque la dirección de la empresa establece un plan de formación	95	33%	62	22%	56	20%	38	13%	30	11%	4	1%	285	100%

*El 62% de los encuestados afirma haber realizado formación en los 2 últimos años, de los cuales 37% lo hizo por iniciativa propia, así como, el 33% cursó formación específica o especializada en su sector.*

*El 42% considera que tiene un nivel alto de formación para desarrollar su actividad profesional.*

*El principal motivo para realizar formación es obtener una mejor cualificación y perfeccionar conocimientos*

Asimismo, el 52 % de los encuestados conoce el plan anual de formación que realiza su empresa.

Tabla. Conocimiento del Plan anual de formación

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Sí	31	48%	21	40%	53	95%	11	21%	32	53%	<b>148</b>	<b>52%</b>
No	29	45%	31	60%	3	5%	42	79%	28	47%	133	47%
N.S./N.C.	4	6%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 23% de la formación realizada ha sido privada, es decir, aquella formación no subvencionada ni bonificada.

Tabla. Tipo de Formación Cursada. (Respuesta múltiple)

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Reglada	8	11%	4	7%	2	4%	0	0%	16	21%	30	9%
Subvencionada	26	35%	6	10%	1	2%	3	6%	27	36%	63	20%
Bonificada (formación programada por las empresas)	16	22%	12	21%	16	29%	6	11%	15	20%	65	21%
Privada (no reglada)	19	26%	30	52%	9	16%	7	13%	9	12%	<b>74</b>	<b>23%</b>
N.S./N.C.	5	7%	6	10%	28	50%	37	70%	9	12%	85	27%
Total	74	100%	58	100%	56	100%	53	100%	76	100%	317	100%

Según el 32% de los encuestados consideran que el horario es la principal dificultad que tienen para realizar formación, seguida con un 15% la falta de oferta formativa de cursos de su interés profesional.

Tabla. Razones principales que impiden o dificultan la realización de acciones de formación. (Respuesta múltiple)

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Dificultades en el horario	35	34%	34	37%	14	13%	48	44%	38	35%	169	32%
Dificultades para desplazarme al lugar de realización de la formación	7	7%	12	13%	18	17%	1	1%	11	10%	49	9%
Falta de información o conocimiento del curso	10	10%	3	3%	28	26%	3	3%	13	12%	57	11%
Falta de oferta formativa de cursos de mi interés profesional	24	23%	15	16%	14	13%	6	6%	21	19%	80	15%
Falta de correspondencia entre la oferta formativa con las necesidades formativas de mi sector	15	14%	8	9%	9	8%	2	2%	9	8%	43	8%
Razones de índole familiar y/o personal	11	11%	16	17%	10	9%	28	26%	13	12%	78	15%
Falta de interés en recibir formación	0	0%	3	3%	16	15%	20	19%	3	3%	42	8%
N.S./N.C.	2	2%	1	1%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>	<b>521</b>	<b>100%</b>

El 44% de los encuestados consideran que la modalidad mixta debería ser la modalidad formativa a realizar. Concretamente, un 100% de encuestados localizados en Guadalajara apuestan por la formación mixta.

Tabla. Modalidad de Formación

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Presencial	29	45%	19	37%	31	55%	0	0%	21	35%	100	35%
A distancia	3	5%	7	13%	7	13%	0	0%	5	8%	22	8%
Teleformación	11	17%	5	10%	9	16%	0	0%	13	22%	38	13%
Mixta	20	31%	21	40%	9	16%	53	100%	21	35%	124	44%
N.S./N.C.	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

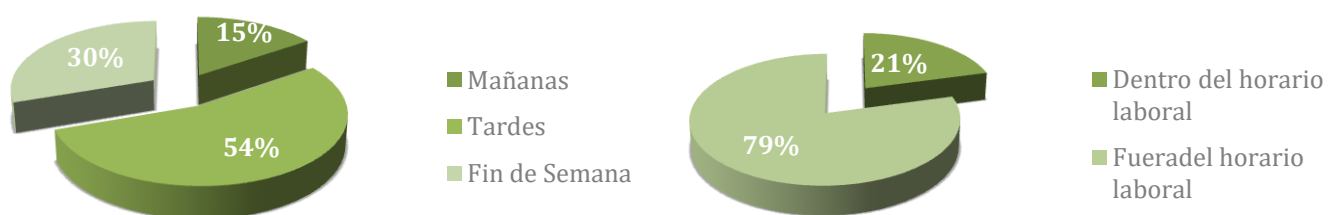
Existe una clara apuesta por la formación de cursos de corta duración, entre 20 y 50 horas. Así lo ha manifestado el 37% de los encuestados. A diferencia de Cuenca que los encuestados prefieren realizar formación de una duración de 10-20 horas.

Tabla. Duración de la formación

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
2-10 horas	4	6%	7	13%	0	0%	3	6%	4	7%	18	6%
10-20 horas	13	20%	10	19%	0	0%	39	74%	7	12%	69	24%
20-50 horas	24	38%	19	37%	27	48%	11	21%	25	42%	<b>106</b>	<b>37%</b>
50-100 horas	13	20%	13	25%	26	46%	0	0%	13	22%	65	23%
Más de 100	8	13%	3	6%	3	5%	0	0%	11	18%	25	9%
N.S./N.C.	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

Asimismo, se prefiere que la formación se realice en horario de tarde y fuera del horario laboral. Específicamente, el 54% de los encuestados prefiere realizar formación por la tarde, así como, un 79% prefiere realizarla fuera del horario laboral.

Gráfico. Horario



*Preferencias de los encuestados: Formación de modalidad presencial, cursos cortos de 20 a 50 horas, en horario de tarde y fuera del horario laboral.*

Las acciones formativas de las áreas de la familia profesional de Comercio y Marketing que los encuestados afirman haber cursado durante los dos últimos años, podemos indicar con un 10% que se han formado específicamente en *Gestión de marketing y comunicación*, seguida con un 9% en formación sobre *Atención al cliente, consumidor o usuario*.

Tabla. Acción formativa de las áreas de la familia profesional de Comercio y Marketing  
(Respuesta múltiple)

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Tráfico de mercancías por carretera	1	1%	2	3%	4	6%	5	8%	3	3%	15	4%
Actividades auxiliares de almacén	3	3%	0	0%	1	1%	0	0%	3	3%	7	2%
Tráfico de viajeros por carretera	1	1%	3	4%	1	1%	0	0%	0	0%	5	1%
Organización del transporte y la distribución	1	1%	1	1%	1	1%	4	7%	3	3%	10	3%
Gestión y control del aprovisionamiento	1	1%	1	1%	0	0%	1	2%	5	5%	8	2%
Gestión comercial y financiera del transporte por carretera	0	0%	2	3%	1	1%	0	0%	1	1%	4	1%
Organización y gestión de almacenes	1	1%	2	3%	2	3%	0	0%	3	3%	8	2%
Marketing y compraventa internacional	5	5%	3	4%	6	8%	1	2%	1	1%	16	4%
Asistencia a la investigación de mercados	2	2%	0	0%	1	1%	1	2%	1	1%	5	1%
Gestión de marketing y comunicación	16	17%	7	10%	5	7%	3	5%	8	8%	39	10%
Implantación y animación de espacios comerciales	1	1%	1	1%	1	1%	0	0%	0	0%	3	1%
Atención al cliente, consumidor o usuario	8	8%	6	8%	2	3%	0	0%	13	14%	29	7%
Gestión comercial inmobiliaria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Actividades de gestión del pequeño comercio	3	3%	1	1%	2	3%	0	0%	5	5%	11	3%
Gestión administrativa y financiera del comercio internacional	3	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
Actividades auxiliares de comercio	4	4%	1	1%	1	1%	0	0%	2	2%	8	2%
Control y formación en consumo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gestión comercial de ventas	7	7%	3	4%	2	3%	1	2%	7	7%	20	5%
Técnicas de ventas	14	15%	7	10%	4	6%	1	2%	9	9%	35	9%
Formación de vendedores	5	5%	2	3%	1	1%	0	0%	3	3%	11	3%
N.S./N.C.	19	20%	30	42%	36	51%	44	72%	28	29%	157	40%
Total	95	100%	72	100%	71	100%	61	100%	95	100%	394	100%

Los encuestados consideran que las cualificaciones profesionales (conjunto de competencias profesionales) más importantes para el ejercicio de la actividad profesional de Comercio y Marketing, son las siguientes: 52% *Atención al cliente, consumidor y usuario*; 48% *Actividades de Venta*; 42% *Gestión comercial de ventas*; 41% *Gestión de marketing y comunicación*.

Tabla. Cualificaciones Profesionales de la familia profesional de Comercio y Marketing más importantes

	1 (menos importante)		2		3		4		5 (más importante)		N.S./N.C.	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
Actividades auxiliares de almacén	39	14%	40	14%	75	26%	69	24%	54	19%	8	3%
Actividades auxiliares de comercio	24	8%	16	6%	96	34%	73	26%	69	24%	7	2%
Actividades de venta	8	3%	6	2%	47	16%	83	29%	<b>137</b>	<b>48%</b>	4	1%
Actividades de gestión del pequeño comercio	15	5%	18	6%	64	22%	84	29%	99	35%	5	2%
Gestión administrativa y financiera del comercio internacional	47	16%	29	10%	66	23%	67	24%	69	24%	7	2%
Atención al cliente, consumidor y usuario	9	3%	2	1%	44	15%	78	27%	<b>148</b>	<b>52%</b>	4	1%
Tráfico de mercancías por carretera	64	22%	38	13%	76	27%	48	17%	51	18%	8	3%
Implantación y animación de espacios comerciales	37	13%	32	11%	74	26%	71	25%	65	23%	6	2%
Asistencia a la investigación de mercados	33	12%	27	9%	79	28%	72	25%	68	24%	6	2%
Control y formación en consumo	20	7%	26	9%	70	25%	87	31%	77	27%	5	2%
Gestión comercial de ventas	9	3%	13	5%	58	20%	82	29%	<b>120</b>	<b>42%</b>	3	1%
Gestión y control del aprovisionamiento	28	10%	29	10%	80	28%	70	25%	72	25%	6	2%
Marketing y compraventa internacional	51	18%	36	13%	53	19%	63	22%	74	26%	8	3%
Organización del transporte y la distribución	56	20%	36	13%	71	25%	52	18%	59	21%	11	4%
Organización y gestión de almacenes	31	11%	42	15%	85	30%	58	20%	63	22%	6	2%
Tráfico de viajeros por carretera	112	39%	57	20%	45	16%	26	9%	38	13%	7	2%
Gestión comercial inmobiliaria.	124	44%	34	12%	45	16%	33	12%	43	15%	6	2%
Gestión comercial y financiera del transporte por carretera	89	31%	41	14%	59	21%	41	14%	45	16%	10	4%
Gestión de marketing y comunicación	26	9%	11	4%	52	18%	78	27%	<b>116</b>	<b>41%</b>	2	1%



En líneas generales se considera suficiente la formación que se oferta en la Familia profesional de Comercio y Marketing, más de un 60% de todas las provincias lo respalda. Sin embargo, como principales carencias, los expertos han señalado como principales: Insuficiencia de formación en materia de logística, formación en contenidos fiscales relacionados con la compraventa; certificados profesionales desactualizados.

➤ Formación escasa

*Para mí es importante que se incida en formar a personas en sector logístico ya que desde hace 18 años está generando empleo y se necesita gente muy preparada. La variabilidad del mercado es difícil planificar porque cambia mucho y la falta de preparación de la gente no valora el sector tenemos que apoyarnos en empresas ETT.*  
(Experto Ciudad Real).

*“Es escasa y no se centra en las cuestiones más relevantes parece que es como una rama que están enfocados a ocupados yo principalmente veo que faltan partes fiscales relacionadas con la compraventa también y deberían incluirse y falta formación en los procesos de recogida de información orientado a la toma de decisiones del comercio, lo que es un estudio de mercado y no se hace hincapié en ello”.* (Experto Toledo).

*“Desde el observatorio nosotros vemos un auge del comercio electrónico con necesidad de la formación tecnológica sobre todo con especialidades, cursos derivados del comercio electrónico donde la tecnología cobra más peso en las áreas del comercio y marca toda la planificación de esta familia”* (Experto Toledo)

*“No para establecer habilidades comerciales, no se sabe cómo captar clientes y muchas empresas no salen adelante. No todo el mundo vale para emprender, no todo el mundo sabe vender una idea, hay que saber quién es el cliente pero hay que saber vender las ideas y hay que vender. La venta por internet y las TIC es el objetivo quien no tiene una web no existe, ahora quien te da una dirección de mail de yahoo uno piensa ¿qué es esto? Las nuevas generaciones lo tienen claro pero las generaciones que ya tienen un negocio me dicen que quieren contratar personal que les lleve su tienda on line, falta formación en estas líneas.* (Experta Cuenca).

➤ Excesiva burocracia

Sobre la evolución del ámbito de la formación, la opinión de los expertos ha tenido planteamientos relacionados con la eliminación de las burocracias para la diversificación del mapa sectorial de formación con la suficiente flexibilidad para adaptarse a las necesidades del mercado.

*“Espero que el mapa sectorial no sea igual y que la burocracia se haya eliminado porque hay que incorporar todos los adelantos de las nuevas tecnologías. Hace 5 años nadie sabía lo que era wordpress y ahora todo el mundo sabe lo que es wordpress y que la formación sea flexible para impartir la formación que se necesita y que sea continua a lo largo del año y que este enfocada al empleo”. (Experta Toledo).*

*“Debería haber cursos que toquen todas las partes y que toquen por ejemplo el estudio de mercados para saber cómo varía el mercado, conocer las fuentes de información y que se pueda hacer un análisis del mercado para saber potenciales clientes”. (Experto Toledo)*

➤ Certificados de profesionalidad desactualizados

*“El problema que tenemos con los certificados de profesionalidad en estas familias es que son de hace muchos años, tienen contenidos obsoletos, no se actualizan y no se adaptan a lo que necesitan las empresas porque los contenidos no se revisan es una formación larguísima que las empresas valoran es la formación corta porque los otros no se adaptan”. (Experta Toledo).*

*“Yo la valoro no de forma muy positiva porque el tema de los certificados de profesionalidad están demasiado obsoletos y tocan temas genéricos que no corresponden con la realidad de lo que piden las empresas. Estas no lo ven positivo porque no se adecuan a lo que necesita el mercado de trabajo las empresas son reacias y los trabajadores en activo también”. (Experto Toledo)*

*“La mayor carencia es que la gente no tiene ganas de aprender y además hay un gran desconocimiento de que la gente no está concienciada en el aprendizaje continuo estamos viendo empresas multinacionales donde el conocimiento de la gente está muy por delante de lo que ocurre en España” (Experto Ciudad Real).*

➤ Revisión de itinerarios formativos

*“Crear un mayor número de itinerarios formativos, en idiomas, comercio, visión global de negocio, análisis de datos (BIG DATA) transformación digital”. (Experto Toledo)*



*“Incidir en la necesidad de revisar las acciones formativas, certificados de profesionalidad, eliminar la burocracia y unir la formación al empleo porque no están unidas. Hemos convertido al sistema en algo más rígido que es difícil flexibilizar sobre todo lo que está relacionado con los certificados de profesionalidad”. (Experta Toledo)*

*“Los catálogos de formación del SEPE o se actualizan o nos vamos a encontrar con un problema y que parece que hacemos formación como en los años 90, el tema de ventas ha cambiado y la formación está obsoleta para el contexto actual”. (Experto Cuenca).*

Otra de las líneas que se pidió a los expertos que valoraran fue el relacionado con el **autoempleo y el emprendimiento como factores no sólo de empleabilidad sino también de formación**. Las opiniones se han diversificado en: Opción a la crisis

➤ Opción a la crisis

*“En tiempos de inestabilidad el autoempleo es una opción para salir de la crisis y poder trabajar”. (Experto Toledo).*

*“Es una de las pocas actividades en este sector se dan pérdida de empleos, más de 400 autónomos menos en las actividades de comercio en el último año o sea si no tengo trabajo monto un negocio y esta opción no es viable el autoempleo no es una opción interesante”. (Experto Toledo)*

*“Es una opción natural a la situación del trabajo, no hay que tenerlo como algo para situarte en una situación elevada y siempre se dan subvenciones en autoempleo pero ha hecho mucho daño a veces es mejor tener una mano que te guie y que te digan los riesgos que vas a tomar montando un negocio, que tienes que estudiar bien tu producto, el mercado”. (Experto Toledo)*

➤ Formación innecesaria en materia de emprendimiento

*“No necesitas curso de emprendimiento no se necesita para nada se necesita apoyo para impuestos, préstamos a bajo interés pero un curso de autoempleo no sirve para nada esa oferta formativa no incita a nadie al autoempleo, eso lo puedes aprender por internet. Yo veo útil cursos en fiscalidad en las pymes, redes sociales, eso sí lo veo útil”. (Experta Toledo).*



*“No, no y además es un término horroroso si no hay cultura de emprendimiento no hay nada y esto es falta de seriedad estamos creando “tenderos” no creamos empresarios, es que este ha abierto un bar este una tienda esto es autoempleo y no genera empleo.” (Experto Ciudad Real).*

De igual manera, de los resultados del estudio se pueden hacer las siguientes reflexiones:

Si se analiza las características de las competencias requeridas para la mayor parte de las ocupaciones, es necesario que una parte importante del contenido de los cursos que se oferten sea eminentemente práctico, para lo cual se adapta, mejor la modalidad de formación presencial. Ahora bien, la parte teórica podría ofertarse en modalidad de teleformación, por lo que la modalidad mixta (presencial y teleformación) podría ser una posibilidad muy recomendable para muchos cursos debido a que reduce las horas presenciales.

Además, hay trabajadores que tienen dificultad para asistir a clase debido al horario fijado para la misma o bien la dificultad para desplazarse a el centro de formación, especialmente cuando el trabajador reside en un municipio diferente al que está ubicado el centro. Especialmente recomendable sería para aquellos cursos en los pueda haber alumnos interesados que residan en municipios donde no se oferte la formación.

Por ello, la realización de las horas teóricas en modalidad no presencial minimiza estas limitaciones de la formación para el empleo. No obstante, no todos los trabajadores tienen acceso a internet y los conocimientos informáticos que requiere el e-learning, por lo que debe ofertar teleformación cuando el perfil del alumno lo permita. En los casos en los que se oferta más de un cursos en una misma especialidad, podría ser recomendable ofertarlo en dos modalidades, para que el alumnado pueda elegir la que mejor se ajuste a sus necesidades y preferencias.



Como principales carencias, los informantes han señalado las que se mencionan a continuación:

1. La necesidad de la formación tecnológica sobre todo con especialidades derivadas del comercio electrónico donde la tecnología cobra más peso en las áreas del comercio, marcando toda la planificación de esta familia.
2. Certificados profesionales desactualizados.
3. Formación escasa en materia de logística.
4. La mayor parte de los empleados no se preocupa por realizar formación específica en su sector.
5. Los certificados de profesionalidad no corresponden a las necesidades de las empresas.
6. Los certificados de profesionalidad son demasiado extensos en lo que respecta al tiempo de duración.
7. Existe una marcada insuficiencia en formación de idiomas.
8. Los certificados de profesionalidad no son reconocidos y valorados por las empresas.

## 5. Caracterización de las competencias transversales en la Familia profesional de Comercio y Marketing

En el proceso de encuestación, los encuestados han valorado cuáles son las competencias transversales que consideran más importantes en su desempeño laboral.

La responsabilidad es una de las competencias mejor valorada por el conjunto de las cinco provincias, puesto que, según la información obtenida, el 67% de los encuestados consideran muy importante disponer de esta competencia transversal.

Tabla. Responsabilidad

Responsabilidad	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%
2	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	3	1%
3	7	11%	3	6%	0	0%	7	13%	3	5%	20	7%
4	25	39%	9	17%	5	9%	25	47%	4	7%	68	24%
5 (más importante)	29	45%	37	71%	51	91%	21	40%	52	87%	<b>190</b>	<b>67%</b>
N.S./N.C.	2	3%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

Saber organizarse el propio trabajo, es una competencia transversal valorada por el conjunto de encuestados, con un 68%, pero es principalmente en la provincia de Toledo, con un 82% de los encuestados, donde se valora como muy importante esta competencia.

Tabla. Organización del propio trabajo

Organización del propio trabajo	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%
2	5	8%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	6	2%
3	1	2%	6	12%	0	0%	7	13%	3	5%	17	6%
4	23	36%	9	17%	5	9%	24	45%	7	12%	68	24%
5 (más importante)	35	55%	36	69%	51	91%	22	42%	49	82%	<b>193</b>	<b>68%</b>
N.S./N.C.	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 61% de los encuestados han valorado que saber gestionar el estrés en un contexto laboral es fundamental, por tanto, en líneas generales se considera una competencia importante para el desempeño laboral.

Tabla. Gestión en situaciones de estrés

Gestión en situaciones de estrés	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	3	1%
2	2	3%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	4	1%
3	9	14%	7	13%	0	0%	7	13%	11	18%	34	12%
4	23	36%	9	17%	5	9%	23	43%	10	17%	70	25%
5 (más importante)	28	44%	34	65%	51	91%	23	43%	37	62%	<b>173</b>	<b>61%</b>
N.S./N.C.	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

Identificar y valorar las propias capacidades es una competencia muy valorada en la provincia de Cuenca, ya que el 91% de los encuestados consideran esta competencia como muy importante para desempeño laboral. Siendo por tanto, por el conjunto de los castellanos manchegos, 56%, una competencia transversal muy importante.

Tabla. Identificar y valorar las propias capacidades

Identificar y valorar las propias capacidades	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	2	1%
2	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	3	1%
3	7	11%	8	15%	0	0%	8	15%	13	22%	36	13%
4	30	47%	12	23%	5	9%	25	47%	11	18%	83	29%
5 (más importante)	24	38%	31	60%	51	91%	20	38%	34	57%	<b>160</b>	<b>56%</b>
N.S./N.C.	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 88% de los encuestados que están en Cuenca han valorado que tener capacidad de negociación en el contexto laboral es fundamental, frente a un 36% de Guadalajara. En líneas generales se considera una competencia importante para el desempeño laboral.

Tabla. Negociación

Negociación	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	2	1%
2	1	2%	1	2%	0	0%	1	2%	4	7%	7	2%
3	8	13%	10	19%	0	0%	5	9%	9	15%	32	11%
4	18	28%	13	25%	7	13%	27	51%	4	7%	69	24%
5 (más importante)	36	56%	27	52%	49	88%	19	36%	42	70%	<b>173</b>	<b>61%</b>
N.S./N.C.	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	2	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 89% de los encuestados que están en Cuenca han valorado que tener una buena comunicación verbal es importante para el desarrollo profesional, frente a un 34% de Guadalajara. En líneas generales, el 62% de los encuestados, considera esta competencia importante para el desempeño laboral.

Tabla. Comunicación verbal

Comunicación verbal	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%
2	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	2	1%
3	6	9%	12	23%	0	0%	6	11%	9	15%	33	12%
4	18	28%	9	17%	6	11%	28	53%	7	12%	68	24%
5 (más importante)	37	58%	30	58%	50	89%	18	34%	42	70%	<b>177</b>	<b>62%</b>
N.S./N.C.	2	3%	0	0%	0	0%	1	2%	1	2%	4	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 64% de los encuestados considera que la competencia transversal, disposición al aprendizaje, es una competencia muy importante para el desarrollo de su actividad laboral.

Tabla. Disposición al aprendizaje

Disposición al aprendizaje	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	2	4%	0	0%	0	0%	1	2%	3	1%
2	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	2	1%
3	10	16%	8	15%	0	0%	5	9%	7	12%	30	11%
4	15	23%	11	21%	5	9%	24	45%	8	13%	63	22%
5 (más importante)	37	58%	31	60%	51	91%	22	42%	42	70%	<b>183</b>	<b>64%</b>
N.S./N.C.	1	2%	0	0%	0	0%	2	4%	1	2%	4	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 88% de los encuestados que están en Cuenca y el 72% de los encuestados de Toledo valoraron que tener un buen manejo de las tecnologías de la información y la comunicación en el contexto laboral es fundamental, frente a un 30% de Guadalajara.

Tabla. Uso de las tecnologías de la información y la comunicación

Uso de las tecnologías de la información y la comunicación	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	4	8%	0	0%	1	2%	1	2%	6	2%
2	0	0%	5	10%	0	0%	2	4%	1	2%	8	3%
3	5	8%	8	15%	1	2%	5	9%	7	12%	26	9%
4	23	36%	12	23%	6	11%	28	53%	7	12%	76	27%
5 (más importante)	35	55%	22	42%	49	88%	16	30%	43	72%	165	58%
N.S./N.C.	1	2%	1	2%	0	0%	1	2%	1	2%	4	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

A continuación, una vez analizado las respuestas del conjunto de los encuestados, el orden de las competencias transversales para el desarrollo de actividad profesional, según el grado de importancia (muy importante) es el siguiente:

- 1) 68% Organización del propio trabajo.
- 2) 67% Responsabilidad.
- 3) 64% Disposición al aprendizaje.
- 4) 62% Comunicación verbal.
- 5) 61% Gestión en situaciones de estrés.
- 6) 61% Negociación.
- 7) 58% Uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
- 8) 56% Identificar y valorar las propias capacidades

Una vez valorado las competencias transversales (capacidades no específicas de la profesión) para el ejercicio de la actividad profesional de Comercio y Marketing, los encuestados también valoraron las posibles habilidades y temáticas generales que son necesarias para el óptimo desarrollo de su trabajo y por tanto, importantes en el aumento de la competitividad de su negocio.

Por tanto, el 62% de los encuestados consideran que tener conocimientos especializados sobre su sector y actividad es importante para el ejercicio de su actividad profesional y así, aumentar la competitividad de su negocio.

Tabla. Conocimientos especializados sobre su sector y actividad

Conocimientos especializados sobre su sector y actividad	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	2	4%	0	0%	0	0%	1	2%	3	1%
2	0	0%	1	2%	0	0%	3	6%	0	0%	4	1%
3	5	8%	4	8%	2	4%	11	21%	3	5%	25	9%
4	21	33%	18	35%	5	9%	22	42%	6	10%	72	25%
5 (más importante)	35	55%	27	52%	49	88%	17	32%	49	82%	<b>177</b>	<b>62%</b>
N.S./N.C.	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	4	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

La capacidad de organización y planificación es una habilidad valorada como muy importante en la provincia de Cuenca, 84%, en comparación con el 32% de los encuestados de Guadalajara.

Tabla. Capacidad de organización y planificación

Capacidad de organización y planificación	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	1	2%	2	1%
2	0	0%	1	2%	0	0%	1	2%	0	0%	2	1%
3	3	5%	5	10%	2	4%	14	26%	5	8%	29	10%
4	21	33%	21	40%	7	13%	21	40%	14	23%	84	29%
5 (más importante)	35	55%	24	46%	47	84%	17	32%	40	67%	<b>163</b>	<b>57%</b>
N.S./N.C.	5	8%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	2%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

Disponer de una buena comunicación efectiva, es valorada de forma positiva por el conjunto de los castellano manchegos, valorándose con un 54% como muy importante para el desarrollo de la actividad profesional.

Tabla. Comunicación efectiva

Comunicación efectiva	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	2	4%	0	0%	0	0%	2	3%	4	1%
2	0	0%	2	4%	0	0%	2	4%	0	0%	4	1%
3	8	13%	10	19%	5	9%	12	23%	6	10%	41	14%
4	23	36%	15	29%	6	11%	21	40%	11	18%	76	27%
5 (más importante)	30	47%	23	44%	44	79%	17	32%	41	68%	<b>155</b>	<b>54%</b>
N.S./N.C.	3	5%	0	0%	1	2%	1	2%	0	0%	5	2%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

La provincia de Cuenca, valora como muy importante tener conocimientos un segundo idioma, con un 50%. No obstante, no es una habilidad muy tenida en cuenta para el desarrollo de la actividad laboral.

Tabla. Conocimientos/ comunicación en una segunda lengua

Conocimiento / comunicación en una segunda lengua [Idiomas, Inglés, Francés, Alemán, Chino, Ruso, etc.]	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	7	11%	7	13%	0	0%	16	30%	7	12%	37	13%
2	7	11%	11	21%	4	7%	25	47%	8	13%	55	19%
3	20	31%	15	29%	9	16%	9	17%	10	17%	63	22%
4	12	19%	8	15%	15	27%	2	4%	12	20%	49	17%
5 (más importante)	15	23%	11	21%	28	50%	1	2%	23	38%	<b>78</b>	<b>27%</b>
N.S./N.C.	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

El 57% de los encuestados que están en Toledo han valorado que disponer de habilidades en TIC en el contexto laboral es fundamental, frente a un 8% en Guadalajara.

Tabla. Habilidades en TIC

Habilidades en TIC	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	1	2%	8	15%	0	0%	0	0%	5	8%	0	0%
2	4	6%	5	10%	4	7%	8	15%	3	5%	24	8%
3	9	14%	18	35%	9	16%	32	60%	7	12%	75	26%
4	25	39%	9	17%	11	20%	8	15%	11	18%	64	22%
5 (más importante)	22	34%	12	23%	31	55%	4	8%	34	57%	<b>103</b>	<b>36%</b>
N.S./N.C.	3	5%	0	0%	1	2%	1	2%	0	0%	5	2%
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

El 40% de los encuestados de la región han valorado que la capacidad/habilidades en la gestión de la información en el contexto laboral es fundamental, en líneas generales se considera una habilidad importante para el desempeño laboral.

Tabla. Capacidad/ habilidades en la gestión de la información

Capacidad / habilidades en la gestión de la información	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	3	6%	0	0%	0	0%	7	12%	10	4%
2	1	2%	7	13%	1	2%	3	6%	4	7%	16	6%
3	11	17%	15	29%	7	13%	26	49%	7	12%	66	23%
4	28	44%	13	25%	10	18%	14	26%	11	18%	76	27%
5 (más importante)	22	34%	13	25%	38	68%	10	19%	31	52%	<b>114</b>	<b>40%</b>
N.S./N.C.	2	3%	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

El 50% de los encuestados considera muy importante tener la capacidad de resolución de problemas y gestión de conflictos para el desarrollo de su actividad laboral, siendo valorado como muy importante con un 80% por Cuenca.

Tabla. Resolución de problemas y gestión de conflictos

Resolución de problemas y gestión de conflictos	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	2	4%	0	0%	0	0%	3	5%	5	2%
2	2	3%	2	4%	0	0%	0	0%	1	2%	5	2%
3	11	17%	12	23%	4	7%	31	58%	3	5%	61	21%
4	21	33%	15	29%	7	13%	13	25%	12	20%	68	24%
5 (más importante)	27	42%	21	40%	45	80%	9	17%	41	68%	<b>143</b>	<b>50%</b>
N.S./N.C.	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Realizar Networking/trabajo en red, es valorado con el 54% como muy importante en Cuenca, en comparación con 21% de Guadalajara.

Tabla. Networking/trabajo en red

Networking / trabajo en red	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	1	2%	12	23%	0	0%	0	0%	7	12%	20	7%
2	6	9%	4	8%	5	9%	3	6%	5	8%	23	8%
3	12	19%	21	40%	9	16%	24	45%	12	20%	78	27%
4	19	30%	7	13%	11	20%	15	28%	9	15%	61	21%
5 (más importante)	24	38%	8	15%	30	54%	11	21%	26	43%	<b>99</b>	<b>35%</b>
N.S./N.C.	2	3%	0	0%	1	2%	0	0%	1	2%	4	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El saber adaptarse a nuevas situaciones, es considerada por el 48% de los encuestados una habilidad a tener en cuenta en el desarrollo de la actividad laboral, además de ser importante en la crecimiento de la empresa.

Tabla. Adaptación a nuevas situaciones

Adaptación a nuevas situaciones	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	1	2%	1	2%	0	0%	0	0%	4	7%	6	2%
2	3	5%	2	4%	0	0%	3	6%	0	0%	8	3%
3	5	8%	17	33%	3	5%	24	45%	9	15%	58	20%
4	23	36%	13	25%	10	18%	18	34%	9	15%	73	26%
5 (más importante)	29	45%	19	37%	43	77%	8	15%	38	63%	<b>137</b>	<b>48%</b>
N.S./N.C.	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 75% de los encuestados de Cuenca han valorado que la creatividad y la innovación en el contexto laboral son fundamentales, frente a un 11% en Guadalajara. En líneas generales se considera que disponer de creatividad y ser innovador es importante para el desempeño laboral.

Tabla. Creatividad e innovación

Creatividad e innovación	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	0	0%	1	2%	0	0%	2	4%	3	5%	6	2%
2	0	0%	1	2%	0	0%	1	2%	2	3%	4	1%
3	11	17%	13	25%	7	13%	25	47%	6	10%	62	22%
4	19	30%	17	33%	7	13%	19	36%	12	20%	74	26%
5 (más importante)	32	50%	20	38%	42	75%	6	11%	37	62%	<b>137</b>	<b>48%</b>
N.S./N.C.	2	3%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 48% de los encuestados consideran que disponer de liderazgo es muy importante para el desarrollo de una actividad profesional, siendo muy valorada por la provincia de Cuenca con un 80%.

Tabla. Liderazgo

Liderazgo	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	1	2%	2	4%	0	0%	0	0%	4	7%	7	2%
2	1	2%	3	6%	0	0%	0	0%	1	2%	5	2%
3	13	20%	16	31%	4	7%	21	40%	9	15%	63	22%
4	19	30%	14	27%	7	13%	20	38%	9	15%	69	24%
5 (más importante)	27	42%	17	33%	45	80%	12	23%	36	60%	<b>137</b>	<b>48%</b>
N.S./N.C.	3	5%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2%	4	1%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 80% de los encuestados que están en Cuenca han valorado que emprendimiento y gestión empresarial en el contexto laboral es fundamental, frente a un 17% en Guadalajara. En líneas generales se considera el emprendimiento importante para el desempeño laboral.

Tabla. Emprendimiento y gestión empresarial

Emprendimiento y gestión empresarial	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	1	2%	2	4%	0	0%	0	0%	1	2%	4	1%
2	1	2%	4	8%	0	0%	2	4%	3	5%	10	4%
3	9	14%	11	21%	4	7%	21	40%	6	10%	51	18%
4	24	38%	17	33%	7	13%	21	40%	14	23%	83	29%
5 (más importante)	28	44%	18	35%	45	80%	9	17%	36	60%	136	48%
N.S./N.C.	1	2%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%

El 42% de los encuestados de la región han valorado que la sensibilidad por temas de igualdad en el contexto laboral es fundamental

Tabla. Sensibilidad por temas de igualdad de oportunidades

Sensibilidad por temas de igualdad de oportunidades	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 (menos importante)	3	5%	3	6%	0	0%	1	2%	6	10%	13	5%
2	2	3%	3	6%	1	2%	10	19%	3	5%	19	7%
3	20	31%	13	25%	4	7%	29	55%	8	13%	74	26%
4	13	20%	15	29%	6	11%	8	15%	11	18%	53	19%
5 (más importante)	22	34%	18	35%	45	80%	4	8%	32	53%	121	42%
N.S./N.C.	4	6%	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	5	2%
Total	64	100%	52	100%	56	100%	53	100%	60	100%	285	100%



A continuación, una vez analizado las respuestas del conjunto de los encuestados, el orden de las habilidades y temáticas generales para el desarrollo de actividad profesional y el crecimiento de la empresa, según el grado de importancia (muy importante) es el siguiente:

- 1) 62% Conocimientos especializados sobre su sector y actividad.
- 2) 57% Capacidad de organización y planificación.
- 3) 54% Comunicación efectiva
- 4) 50% Resolución de problemas y gestión de conflictos.
- 5) 48% Adaptación a nuevas situaciones.
- 6) 48% Creatividad e innovación.
- 7) 48% Liderazgo.
- 8) 47% Emprendimiento y gestión empresarial.
- 9) 45% Sensibilidad por temas de igualdad de oportunidades.
- 10) 42% Capacidad / habilidades en la gestión de la información.
- 11) 37% Habilidades en TIC.
- 12) 35% Networking / trabajo en red.
- 13) 27% Conocimiento / comunicación en una segunda lengua [Idiomas, Inglés, Francés, Alemán, Chino, Ruso, etc.].

Todas las competencias han sido valoradas de manera positiva y necesaria en el entorno laboral. Las competencias transversales influyen directamente en la empleabilidad y son uno de los principales puntos de atención por parte de las empresas. De acuerdo a los resultados obtenidos, las reflexiones pasan por los siguientes puntos:

1º) La responsabilidad, la disposición de aprendizaje y la resolución de problemas se configura como la piedra angular sobre la que se asienta la sociedad del siglo XXI. En una economía cada vez más global e interdependiente, el capital humano es un factor clave para poder competir con garantía de éxito. La resistencia al cambio, la falta de flexibilidad y la escasa adaptación a las novedades son tres de los aspectos en los que más ha incidido a la hora de planificar acciones formativas para mejorar habilidades empresariales.

2º) Con respecto a las competencias laborales y contenido teórico-práctico: el contratante y el solicitante de empleo están pidiendo una mayor especialización y cualificación, de manera que los conocimientos y su aplicación práctica tienen que alcanzar una mayor relevancia conforme a la demanda solicitada.



3º) La cualificación profesional contribuye al crecimiento económico mejorando la productividad y competitividad de las empresas, así como potenciando la empleabilidad y el desarrollo personal.

4º) Para desempeñar una ocupación ya no basta con adquirir los conocimientos técnicos y teóricos, también es necesario tener una serie de conocimientos transversales, destrezas y aptitudes que puedan aplicarse a otros empleos y empresas y que permitan resolver los problemas profesionales de forma autónoma y flexible.

5º) El aprendizaje adquirido por las personas que se forman, ha de poder demostrarse en el marco productivo. Para ello, es necesario que las reformas en el sistema educativo y de formación para el empleo tengan presente las necesidades y demandas de las empresas.

6º) El papel que juegan las competencias profesionales, constituye el eje vertebrador del Marco Europeo de Cualificaciones Profesionales y del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional.

7º) La formación para el empleo debe cobrar protagonismo, dotando a las personas de autonomía personal, capacidad de comunicación, idiomas, conocimiento de los procesos de resolución de problemas, manejo de información, creatividad, liderazgo, emprendimiento, etc.

9ª) Las cualificaciones profesionales y las competencias esenciales proporcionarán a la población activa mayores oportunidades para ocupar diferentes puestos de trabajo. Ello les permitirá potenciar su empleabilidad en un contexto donde las demandas cambian constantemente, favoreciendo su permanencia futura en el mercado de trabajo.

Por consiguiente, es fundamental la formación en competencias transversales como factor clave para aumentar las posibilidades de inserción laboral al igual que el mantenimiento del puesto de trabajo.

Por tanto, no se trata únicamente de ofertar cursos que acrediten por sí solos en una cualificación determinada sino que permitan, junto con otros cursos complementarios, adquirir las competencias profesionales exigidas por la cualificación profesional.



## 6. Propuestas de mejora en la formación para el empleo de la Familia Profesional de Comercio y Marketing

Una vez identificadas las carencias, las necesidades formativas y las valoraciones sobre las competencias profesionales, desarrollamos un apartado sobre propuestas de mejora para la formación para el empleo en la Familia Profesional de Comercio y Marketing.

Para ello, las opiniones de los encuestados, así como, las opiniones de los expertos, ha servido para poder analizar en primer lugar qué oferta formativa existe y qué características posee, con el fin de conocer si esta oferta formativa es suficiente y adecuada para satisfacer las necesidades formativas o si, por el contrario, es preciso articular propuestas adicionales. Por tanto, otro aspecto que se ha investigado son las posibles modificaciones a realizar en la oferta formativa existente.

Tanto el análisis de la oferta existente como las posibles mejoras a ésta se han estudiado desde el punto de vista de las especialidades ofertadas así como de las características de la formación.

De las respuestas obtenidas por parte de los encuestados, podemos indicar que una de las medidas a llevar a cabo para la mejora la oferta formativa y facilitar su acceso a la formación, es con un 15% que el horario y periodo en el que se realiza la formación se adapte a mi disponibilidad; seguidamente con un 14% disponer de una oferta formativa más ajustada a las necesidades reales de mi negocio o actividad.

Por tanto, **es necesario tener en cuenta para la programación de futuras acciones formativas el horario y el periodo para realizar la formación, así como, es necesario adaptar la modalidad de formación a la disponibilidad y necesidades del alumnado, además se debería reducir los costes y/o recibir más ayudas.**

Tabla. Medidas necesarias para mejorar la oferta formativa y facilitar su acceso a la formación. (Respuesta múltiple)

	Albacete		Ciudad Real		Cuenca		Guadalajara		Toledo		Total	
	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)	(F)	(%)
1 Más información previa al inicio del curso	7	8%	4	4%	3	5%	0	0%	15	14%	29	6%
2 Más asesoramiento en materia de formación	5	6%	6	6%	8	14%	1	1%	14	13%	34	7%
3 Reducción de costes y/o más ayudas	9	11%	24	24%	1	2%	14	13%	16	15%	64	14%
4 Oferta formativa más ajustada a las necesidades reales de mi negocio o actividad	16	19%	9	9%	10	18%	10	9%	13	13%	58	13%
5 Modalidad de formación adaptada a mi disponibilidad y necesidades	10	12%	14	14%	6	11%	20	18%	14	13%	64	14%
6. Duración de la formación adaptada a mi disponibilidad y necesidades	5	6%	8	8%	6	11%	16	15%	8	8%	43	9%
7. Horario y periodo en el que se realiza la formación se adapte a mi disponibilidad	7	8%	13	13%	8	14%	32	29%	6	6%	66	15%
8 Que haya profesionales cualificados, expertos en la materia y con la suficiente capacidad pedagógica y experiencia	5	6%	5	5%	4	7%	3	3%	3	3%	20	4%
9 Que los contenidos de formación contribuyan a mejorar la competitividad y desarrollo de mi negocio	4	5%	9	9%	0	0%	3	3%	6	6%	22	5%
10 Un mayor enfoque práctico ligado a la aplicabilidad real en mi actividad o negocio	11	13%	9	9%	0	0%	8	7%	5	5%	33	7%
11 Ninguna	0	0%	0	0%	9	16%	2	2%	3	3%	14	3%
N.S./N.C.	4	5%	0	0%	1	2%	1	1%	1	1%	7	2%
Total	83	100%	101	100%	56	100%	110	100%	104	100%	454	100%



A nivel provincial, las medidas a realizar para mejorar la oferta formativa y facilitar a su acceso a la formación varía. En la provincia de Albacete las dos medidas más importantes a tener en cuenta son con un 19% que la oferta formativa se adapte a la realidad empresarial, asimismo, con un 17% de los encuestados de Albacete creen necesario un mayor enfoque práctico ligado a la aplicabilidad real de la actividad o negocio.

En la provincia de Ciudad Real, la medida necesaria para mejorar la formación es con un 24% una reducción de costes y/o recibir más ayudas, así como, con un 14% es necesario adaptar la modalidad de formación a la disponibilidad y necesidades del alumnado.

Para la provincia de Cuenca una de las medidas que destaca, 18% es que la oferta formativa a las necesidades reales de la empresa, seguidamente con un 14% considera necesario, que haya un mejor asesoramiento en materia de formación, así como, el horario y periodo en el que se realiza la formación se adapte a la disponibilidad.

Asimismo, en Guadalajara la medida más importante, con un 29% horario y periodo en el que se realiza la formación se adapte a la disponibilidad del alumno, seguido con un 18% que la modalidad de formación a la disponibilidad y necesidades del alumnado.

Finalmente, en la provincia de Toledo las medidas a desarrollar con un 15% es reducir los costes de formación y /o incrementar las ayudas, así como, con 14% que haya más información previa al inicio del curso.

Se ha detectado las siguientes **propuestas formativas de la Familia de Comercio y Marketing**, tras el análisis de los resultados analizados tanto de la metodología cuantitativa como cualitativa:

Albacete	F	%
Marketing de ventas	12	19%
Idiomas	7	11%
Comercio On-Line	5	8%
Big data	4	6%
Técnicas de venta	9	14%
Redes Sociales	5	8%
Comercio Internacional	7	11%
Habilidades directivas	5	8%
Cursos ADR y CAP	7	11%
N.S./N.C.	3	5%
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>

Ciudad Real	F	%
Comercio y marketing	11	14%
Gestión de microempresas	8	11%
Emprendimiento para pequeñas empresas	9	12%
Gestión de RRHH	9	12%
Idiomas	6	8%
Gestión del tiempo	12	16%
Estrategia de ventas	7	9%
Marketing Internacional	5	7%
Estrategias de comunicación	2	3%
Liderazgo	4	5%
N.S./N.C.	3	4%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>

Cuenca	F	%
Formación comercial y gestión de negocios	14	25%
Investigación de mercados	8	14%
Idiomas	7	13%
Marketing	10	18%
Redes Sociales	15	27%
N.S./N.C.	2	4%
<b>Total</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>



Guadalajara	F	%
Atención al cliente	12	23%
Comercio on line	7	13%
Escaparatismo	7	13%
Cursos de ADR y CAP	7	13%
Marketing on line	4	8%
Técnicas de venta	5	9%
Idiomas	6	11%
Redes Sociales	5	9%
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Toledo	F	%
Posicionamiento en las redes (SEO)	6	10%
Habilidades comerciales	8	13%
Idiomas	8	13%
Gestión de equipos	6	10%
Redes Sociales	6	10%
Marketing Digital	9	15%
Técnicas de Venta	14	23%
N.S./N.C	3	5%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

A las propuestas formativas obtenidas en la fase de encuestación, se suman las que han hecho los expertos tras la aplicación de las técnicas cualitativas. Puesto que, uno de los objetivos centrales de la formación es dar respuestas a las necesidades de las empresas y responder a los perfiles que ellas mismas demandan, para los expertos, los perfiles que demandan las empresas en esta familia profesional de Comercio y Marketing son: Competencias digitales relacionadas con el comercio; Métodos de trabajo de exportación e importación; Técnicas de ventas; Comercio On-Line; E-Commerce; Analista de datos (Big Data); Logística.

➤ Comercio y Marketing

*“En comercio y marketing la oferta carece de técnicas y métodos de trabajo exportación e importación, documentación, metodologías nuevas, intercambio comercial, comercio internacional y en marketing se está haciendo bien las cosas”.*  
(Experto Albacete).

➤ Técnicas de venta

*“Técnicas de venta, comercio on line, y todo lo relacionado con las competencias digitales relacionadas con el comercio”.* (Experto Toledo).

➤ Analista de datos

*“Analista de datos, consultores de marcas on line, estrategias de contenido, programados, desarrolladores aplicadas al comercio electrónico, todo el tema de gerentes trafico de webs, responsables de soportes de comercio internacional, mozo de almacén, reponedores”* (Experto Toledo)

➤ Áreas comerciales

*“Áreas comerciales, comercio minorista en alimentación auditoria, sistema de calidad, en marketing, logística, manipulación de carga, comercio internacional y gestión de almacenes”.* (Experta Toledo).

*“Se tendría que hacer más hincapié en conocimiento para el alumnado sobre cómo aplicar métodos cuantitativos de investigación social, investigación operativa por ejemplo diseñar en encuesta para trabajar datos sobre el sector, saber usar datos estadísticos y contables, saber por dónde se mueve el mercado”.* (Experto Toledo)

➤ Comercio Digital/On-Line

*“Redes sociales, e-commerce, diseño web vinculada al comercio”.* (Experto Toledo)

*“Técnicas del e-commerce, gestión de stocks, recepción de pedidos de almacén, como organizar un almacén, diseño e identificación de fuentes de información para la toma de decisiones en un plan de marketing”.* (Experto Toledo).

➤ Competencias digitales

*“Competencias digitales, cursos más cortos y más aplicables al contexto actual de la venta y el marketing, habilidades sociales como comunicación, negociación, estrategia de venta, marketing digital, redes sociales, comercio digital.”* (Experta Cuenca).



*“PNL para comerciales, resolución de problemas, habilidades comerciales, protocolo para comerciales cosas más orientadas a la actitud, coaching”.* (Experta Cuenca).

En este proceso de análisis según lo recopilado por los trabajadores y los expertos, se constata la necesidad de reformular el mapa de acciones formativas que den respuestas a las necesidades de las empresas. Se destaca también la formación en habilidades sociales con las que cuenta el trabajador, siendo deseable que este cuente con una formación integral que repercuta en un clima laboral positivo y óptimo.

Asimismo se muestra la imperiosa necesidad de desarrollar la formación en nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente en materia de comercio electrónico, venta a través de internet, aspecto que se manifiesta en todas las familias profesionales debido a la globalización de la economía y el comercio.

#### **Recomendaciones:**

- ✓ Multiplicar el esfuerzo para implantar de manera general formación en nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente en materia de comercio electrónico, venta a través de internet.
- ✓ Generar, en colaboración directa con las empresas acciones formativas orientadas a la generación de perfiles especializados.
- ✓ Apoyar la utilización en los planes de formación de los colectivos empresariales de nuevas herramientas y soluciones tecnológicas que permitan multiplicar el alcance de beneficiarios de las mismas, independientemente de su status laboral, del de la empresa en su casa o de su ubicación geográfica, reduciendo a la par el coste de las acciones.
- ✓ Considerar la incorporación de los profesionales de las empresas como formadores activos en las programaciones de los centros públicos y privados.
- ✓ Simplificar la burocracia de la gestión administrativa de las acciones formativas, específicamente en la homologación y registro de acciones para perfiles emergentes.
- ✓ Introducir elementos de conocimiento tecnológico y digital en todos los ciclos de formación profesional como elemento de formación transversal
- ✓ Promover la creación de formación eminentemente práctica, para multiplicar la empleabilidad.

## Capítulo IV. Conclusiones

Analizada la información aportada en el estudio *Acciones de prospección y detección de necesidades formativas de la Familia Profesional Comercio y Marketing*, se enumeran las conclusiones a las que se ha llegado:

- ❖ Durante los dos últimos años el 62% de los trabajadores de las empresas consultadas, han realizado formación.
- ❖ El 37% de los trabajadores han indicado haber realizado formación por iniciativa propia.
- ❖ El 27% de los encuestados ha recibido formación privada y un 33% ha manifestado haber realizado formación específica en su sector.
- ❖ Un 10% de los encuestados ha realizado formación específicamente en Gestión de marketing y comunicación, seguida con un 9% en formación sobre Atención al cliente, consumidor o usuario.
- ❖ Las acciones formativas que más importes a desarrollar del a Familia profesional de Comercio y Marketing han sido: 52% Atención al cliente, consumidor y usuario; 48% Actividades de venta, 42% Gestión comercial de ventas; 41% Gestión de marketing y comunicación.
- ❖ El 42% de los trabajadores han manifestado disponer de suficiente formación para el desempeño de la actividad laboral.
- ❖ Las **carencias se centran en:** La necesidad de la formación tecnológica sobre todo con especialidades derivadas del comercio electrónico donde la tecnología cobra más peso en las áreas del comercio, marcando toda la planificación de esta familia; Certificados profesionales desactualizados; Formación escasa en materia de logística; La mayor parte de los empleados no se preocupa por realizar formación específica en su sector; Los certificados de profesionalidad no corresponden a las necesidades de las empresas; Los certificados de profesionalidad tienen contenidos obsoletos; Los certificados de profesionalidad son demasiado extensos en lo que respecta al tiempo de duración; Existe una marcada insuficiencia en formación de idiomas; Los certificados de profesionalidad no son reconocidos y valorados por las empresas.
- ❖ Los encuestados prefieren el horario de tarde (54%) para realizar la formación y muestran menos disposición de asistir a la formación por la mañana (15%).
- ❖ La modalidad de impartición de formación más valorada es la mixta (44%) seguida presencial con un 35%.
- ❖ Los trabajadores muestran más predisposición por hacer cursos cortos, entre 20 y 50 horas (37%).

- ❖ Entre las **medidas que se deben tomar en cuenta para mejorar la formación en la Familia Profesional de Comercio y Marketing están:** es necesario tener en cuenta para la programación de futuras acciones formativas el horario y el periodo para realizar la formación, así como, es necesario adaptar la modalidad de formación a la disponibilidad y necesidades del alumnado, además se debería reducir los costes y/o recibir más ayudas.
- ❖ Los **contenidos o temas de los cursos de formación más importantes para la mejora de la cualificación de los trabajadores en la Familia Profesional de Comercio y Marketing son:** Competencias digitales relacionadas con el comercio; Métodos de trabajo de exportación e importación; Técnicas de ventas; Comercio On-Line; E-Commerce; Analista de datos (Big Data); Logística.

Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo
19% Marketing de ventas	16% Gestión del tiempo	27% Redes Sociales	23% Atención al cliente	23% Técnicas de Venta
14% Técnicas de venta	14% Comercio y marketing	25% Formación comercial y gestión de negocios	13% Comercio On-Line	15% Marketing Digital
11% Idiomas	12% Emprendimiento para pequeñas empresas	18% Marketing	13% Escaparatismo	13% Habilidades comerciales
11% Cursos ADR y CAP	12% Gestión de RRHH	14% Investigación de mercados	13% Cursos de ADR y CAP	13% Idiomas
11% Comercio Internacional	11% Gestión de microempresas	13% Idiomas	11% Idiomas	10% Posicionamiento en las redes (SEO)
8% Comercio On-Line	9% Estrategia de ventas		9% Técnicas de venta	10% Gestión de equipos
8% Redes Sociales	9% Idiomas		9% Redes Sociales	10% Redes Sociales
8% Habilidades directivas	7% Marketing Internacional		8% Marketing On-Line	
6% Big data	5% Liderazgo			
	3% Estrategias de comunicación			



- ❖ Entre **las competencias transversales más importantes** para desempeñar un puesto de trabajo han destacado las siguientes: Organización del propio trabajo; Responsabilidad y Disposición al aprendizaje.
- ❖ Entre las **habilidades o temáticas más importantes para desempeñar un puesto de trabajo** han destacado las siguientes: Conocimientos especializados sobre su sector y actividad, Capacidad de organización y planificación y Comunicación efectiva.
- ❖ De acuerdo a la opinión de los expertos, es importante implantar de manera general formación en nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente en materia de comercio electrónico, venta a través de internet, así como, establecer procesos de coordinación entre las entidades que imparten formación ocupacional y las empresas, ya que, es determinante que la formación se adapte a las necesidades de las empresas pero también del sistema productivo. Para ello, se considera indispensable la incorporación de manera transversal de las TIC como factor de mejora en la productividad y del mismo modo, una apuesta seria en materia de idiomas, que se debe incorporar en toda la formación profesional de las familias profesionales para garantizar su evolución y mejoras de la empleabilidad.

## Equipo de Trabajo

Nombre y Ocupación del Puesto	Entidad	Perfil Profesional	Responsabilidades/Funciones
<p>M<sup>a</sup> Carmen Sánchez García</p> <p><b>Responsable técnico del proyecto.</b></p>	<p>CECAM CEOE-CEPYME C-LM</p>	<p>Licenciada en Psicología por la Universidad Autónoma de Madrid.</p> <p>MBA I y II. Universidad Antonio Nebrija.</p> <p>Máster en Recursos Humanos. Especialidad Gestión Formación.</p> <p>Técnico Superior en Prevención de Riesgos Laborales. Especialidad Seguridad laboral.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Funciones de dirección, coordinación, control de calidad, evaluación y seguimiento del desarrollo del proyecto.</li> <li>- Dirección y coordinación del equipo técnico del proyecto.</li> <li>- Diseño de los procedimientos de trabajo, informes, formularios, etc. necesarios para la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>- Colaboración en ejecución técnica del proyecto.</li> <li>- Colaboración en la elaboración de Informes Finales.</li> <li>- Justificación técnica y económica del proyecto.</li> <li>- Cumplimiento del cronograma.</li> <li>-Control presupuestario.</li> <li>- Aportación de recursos humanos y técnicos al proyecto.</li> <li>- Difusión del proyecto y de sus productos finales.</li> <li>- Supervisión de la adecuación del proyecto a sus objetivos, a la memoria técnica del impreso de solicitud, a las condiciones de la resolución y la normativa de aplicación.</li> </ul>
<p>Marianna Martínez Alfaro</p> <p><b>Consultor Experto/Técnico</b></p>	<p>CECAM CEOE-CEPYME C-LM</p>	<p>Doctora en Sociología por la Universidad de Zaragoza.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaboración en todo momento con la dirección técnica del proyecto en la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>-Colaboración con la dirección técnica en el diseño de procedimientos de trabajo y soportes documentales.</li> <li>-Colaboración y Diseño de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.</li> <li>-Colaboración en la Prospección y detección de necesidades relacionadas con la ejecución del proyecto.</li> <li>- Colaboración en la ejecución técnica del proyecto.</li> <li>-Velar por la adecuación del proyecto a los objetivos, requisitos de la convocatoria, procedimientos de trabajo, normativa, etc.</li> </ul>
<p>María José Muñoz Sesmero</p> <p><b>Consultor Financiero</b></p>	<p>CECAM CEOE-CEPYME C-LM</p>	<p>Licenciada en Economía por la Universidad Carlos III.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Control económico financiero del proyecto.</li> <li>-Procesamiento y análisis de documentos económicos</li> </ul>

generados durante la ejecución del proyecto.

-Justificación económica del proyecto.

<p>Lucía Pozo Alonso <b>Administrativo/Técnico</b></p>	<p>CECAM CEOE-CEPYME C-LM</p>	<p>Licenciada en Sociología en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Carlos III.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo en la coordinación del equipo técnico del proyecto.</li> <li>- Apoyo en el seguimiento, control y evaluación de las actuaciones desarrolladas a través del Proyecto.</li> <li>-Control de la documentación del proyecto.</li> <li>-Procesamiento y análisis de los resultados generados de las actuaciones llevadas a cabo con fines estadísticos, llevando a cabo informes de finalización de cada fase, indicando tanto información cuantitativa como cualitativa.</li> </ul>
<p>Bárbara Carroza Romero <b>Consultor Experto/Técnico</b></p>	<p>FEDA CEOE-CEPYME Albacete</p>	<p>Licenciada en Derecho por la Universidad Castilla-La Mancha.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaboración en todo momento con la dirección técnica del proyecto en la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>-Colaboración con la dirección técnica en el diseño de procedimientos de trabajo y soportes documentales.</li> <li>- Utilización y recogida de datos tras la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.</li> <li>-Detección de necesidades relacionadas con la ejecución del proyecto.</li> </ul>
<p>María Julia Merino Solano <b>Consultor Experto/Técnico</b></p>	<p>CECAM CEOE-CEPYME C-LM</p>	<p>Licenciada en Derecho por la Universidad Castilla-La Mancha.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaboración en todo momento con la dirección técnica del proyecto en la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>-Colaboración con la dirección técnica en el diseño de procedimientos de trabajo y soportes documentales.</li> <li>- Utilización y recogida de datos tras la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.</li> <li>-Detección de necesidades relacionadas con la ejecución del proyecto.</li> </ul>
<p>Beatriz García Román <b>Consultor Experto/Técnico</b></p>	<p>CECAM CEOE-CEPYME C-LM</p>	<p>Ingeniería de la Edificación. Universidad Politécnica de Cuenca</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaboración en todo momento con la dirección técnica del proyecto en la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>-Colaboración con la dirección técnica en el diseño de procedimientos de trabajo y soportes documentales.</li> <li>- Utilización y recogida de datos tras la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.</li> <li>-Detección de necesidades relacionadas con la ejecución del proyecto.</li> </ul>
<p>Concepción Gonzalo Serrano <b>Consultor Experto/Técnico</b></p>	<p>CEOE-CEPYME GUADALAJARA</p>	<p>Licenciada en Derecho por la Universidad de Alcalá de Henares.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaboración en todo momento con la dirección técnica del proyecto en la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>-Colaboración con la dirección técnica en el diseño de</li> </ul>



			<p>procedimientos de trabajo y soportes documentales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Utilización y recogida de datos tras la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.</li> <li>-Detección de necesidades relacionadas con la ejecución del proyecto.</li> </ul>
<p>María Mancebo Martín <b>Consultor Experto/Técnico</b></p>	<p>CECAM CEOE- CEPYME C-LM</p>	<p>Licenciado en Derecho por la Universidad de Castilla-La Mancha.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaboración en todo momento con la dirección técnica del proyecto en la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>-Colaboración con la dirección técnica en el diseño de procedimientos de trabajo y soportes documentales.</li> <li>- Utilización y recogida de datos tras la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.</li> <li>-Detección de necesidades relacionadas con la ejecución del proyecto.</li> </ul>
<p>Cristina López Heras <b>Consultor Externo</b></p>	<p>PROFESIONAL INDEPENDIENTE</p>	<p>Licenciada en Veterinaria por la Universidad Complutense de Madrid.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Colaboración especializada en el diseño metodológico de los procedimientos de trabajo, informes, formularios, etc. necesarios para la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>- Colaboración especializada en el diseño de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.</li> <li>- Colaboración especializada en el seguimiento, control y evaluación de las actuaciones desarrolladas a través del Proyecto.</li> </ul>
<p>Nuria Esther Núñez Cabrera. <b>Consultor Externo</b></p>	<p>PROFESIONAL INDEPENDIENTE</p>	<p>Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Córdoba.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Colaboración especializada en el diseño metodológico de los procedimientos de trabajo, informes, formularios, etc. necesarios para la correcta ejecución del proyecto.</li> <li>- Colaboración especializada en el diseño de técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa.</li> <li>- Colaboración especializada en el seguimiento, control y evaluación de las actuaciones desarrolladas a través del Proyecto.</li> </ul>



## Bibliografía

- Análisis económico-empresarial, ocupacional y formativo de las empresas y trabajadores del sector de turismo en la comunidad de Castilla-La Mancha. Concepto Servicios Empresariales, 2007.
- Anfruns Dumont, C. Empleabilidad, competencias laborales y capacitación. 2010.
- Cachón, L. "La formación y los nuevos yacimientos de empleo" en España. En: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. Nº 77-78, 1997. p 117-135.
- Cachón, L. (1999) "Sobre desarrollo local y nuevos yacimientos de empleo". En: Política y sociedad, 31, p. 117-130.
- Cachón, L. (1998). Nuevos yacimientos de empleo en España. Potencial de crecimiento y desarrollo futuro. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Calvo, A. (2009). La Unión Europea en la sociedad de la innovación y el conocimiento. Reformas y retos. Revista de Economía industrial, 370, pp. 25-32.
- CC.OO.-FORTEC. (2011). Cualificación de los jóvenes y trabajadores con mayores dificultades de inserción de Castilla la Mancha: catálogo de recursos y guías de empleabilidad..
- CINTERFOR. Organización Internacional del Trabajo, (2001). Las 40 preguntas más frecuentes sobre competencia laboral.
- Collado, J.C. y Martínez, M.A. (1998). NYE en España. Potencial de crecimiento y desarrollo futuro. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Consejo de Formación Profesional de Castilla-La Mancha, (2008). Empleo y formación profesional en Castilla-La Mancha. Situación actual y escenarios prospectivos.
- Consejo de Formación Profesional de Castilla-La Mancha, (2008). II Plan de Formación Profesional de Castilla-La Mancha.
- Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha, (2011). Jóvenes y mercado de trabajo en Castilla-La Mancha.
- González, J. y Wagenaar, R. Tuning Educational Structures in Europe. Informe final. Universidad de Deusto y Groningen, 2003.
- Lorés Domingo, C. (2002) "Nuevos Yacimientos de Empleo y necesidades formativas". En: Desarrollo y ruralidad. La realidad chilena y española en el umbral del s.XXI.



- Pérez-Infante, J.I. “Luces y sombras del mercado de trabajo en España. Problemas, situación y tendencias”. En: Revista de Economía industrial, 367, (s.f.). p. 35-49
- Vilallonga, A. “Los nuevos yacimientos de empleo: una oportunidad para crear empleo y satisfacer nuevas necesidades sociales”. En: Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, VI, 119 (117), 2002.

#### ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

- Desarrollo de itinerarios formativos orientados, que permitan formar a los trabajadores de sectores en crisis y recualificar hacia nuevos yacimientos de empleo. AA/2009/69. SEPECAM, (2010).
- Detección de necesidades formativas y líneas de actuación de los trabajadores del sector de residencias y centros de día privados de personas mayores en la comunidad de Castilla-La Mancha. CCOO. Federación de Sanidad y Sectores Sociosanitarios (FES). Castilla-La Mancha, 2007.
- Detección y diagnóstico de las necesidades formativas en servicios de ayuda a domicilio. UGT Castilla-La Mancha, 2005
- El sector aeronáutico en Castilla-La Mancha. Estudio y análisis de la situación actual y de sus perspectivas de futuro. UGT. Federación de Metal, Construcción y Afines de Castilla-La Mancha, 2007.
- Estudio prospectivo de las ocupaciones con mayor potencial de generación de empleo (C20100347). FTFE-FORTEC, 2011.
- Evaluación de la formación continua en el sector vitivinícola. Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (ASAJA Castilla-La Mancha), 2006.
- Evolución de las necesidades de formación y del impacto de la formación en trabajadores autónomos. Informe de resultados. FOREM Nacional, 2009.
- FOREM Castilla-La Mancha, (2006). Estudio de necesidades formativas en colectivos de baja cualificación.
- Gómez, C. “Empleo, economía y sociedad”, [en línea] 5campus.com, Sociología <<http://www.5campus.com/leccion/empleoeconom>> [consultado el 21 de enero de 2010], 2001.
- Guía para la gestión de las competencias transversales en las organizaciones. CIDEA (2001): Colección: Cuadernos de Trabajo, nº 3.
- I Informe de Prospectiva del Observatorio Ocupacional. Observatorio Ocupacional del SEPECAM, 2007.
- III Informe de Recolocación. [Madrid]: Create-Adcco, 2008
- Informe Infoempleo 2010. Oferta y demanda de empleo en España. Previsiones 2012. Infoempleo.com, 2011.



- Las competencias de empleabilidad. Una aproximación al modelo del Programa Preparado. Área de Formación y Capacitación para el Trabajo del Programa de Competencias Laborales de Fundación Chile, Marzo 2003.
- Necesidades formativas de las empresas de nueva creación en Castilla-La Mancha generadoras de empleo. Confederación Regional de Empresarios de Castilla-La Mancha, 2007.
- Necesidades formativas de los trabajadores inmigrantes en los sectores de la hostelería y servicios personales de Castilla-La Mancha. Ágora. Estudios de Mercado y de la Opinión Pública, 2007.
- Necesidades formativas en el ámbito de Castilla-La Mancha. Confederación de Empresarios de Castilla-La Mancha, 2005.
- Nuevos Yacimientos de Empleo en medioambiente en Campo de Calatrava. Mancomunidad Campo de Calatrava y Fundación Biodiversidad, 2003.
- Nuevos yacimientos de empleo. Carácter estratégico y potencial económico. [Madrid]: Consejo Superior de Cámaras de Comercio, 2006.
- Organización Internacional del Trabajo, (1999).Informe sobre el empleo en el mundo 1998-1999: empleabilidad y mundialización, papel fundamental de la formación. [Ginebra]:
- Panorama industrial de Castilla-La Mancha. CCOO de Castilla-La Mancha, 2012.
- Políticas comunitarias de fomento del empleo. Comisión Europea, 1999.
- Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente (2006/962/CE). DOUE. 2006.
- Recursos didácticos aplicables en diversos contextos metodológicos para la superación de pruebas de competencias clave necesarias para acceder a la formación de certificados de profesionalidad de nivel 2. FOREM, FOREM NAVARRA, FOREM CASTILLA-LEÓN. 2011
- Secretaría general de Educación y Formación Profesional (2004). Memoria final del Proyecto ERA (Proyecto Experimental para la evaluación, reconocimiento y acreditación de las competencias profesionales). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- Skill needs in Europe. Focus on 2020. Comisión europea, 2008.
- Trayectorias de migración de trabajadores de sectores en crisis hacia sectores con NYE. INAEM- CC.OO. Aragón, 2009
- Yacimientos de empleo y habilidades. Horizonte 2010. [Madrid]: Círculo del progreso. Infoempleo.com, 2008.
- Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (2009): Pacto por Castilla-La Mancha.



- Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha (2005): Pacto por el Desarrollo y la Competitividad de Castilla-La Mancha 2005-2010.
- FOREM Nacional (2009): La nueva población desempleada. Informe de síntesis. Primer informe monográfico.
- FOREM Nacional (2009): Evolución de las necesidades de formación y del impacto de la formación en trabajadores autónomos. Informe de resultados.
- CC.OO. (2006). Investigación sobre mercado de trabajo y cualificaciones en sectores en declive y reestructuración y en sectores emergentes. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Observatorio Ocupacional del SEPECAM (2007): I Informe de Prospectiva del Observatorio Ocupacional 2007.
- Infoempleo.com (2008). Yacimientos de empleo y habilidades. Horizonte 2010. Madrid: Círculo del progreso.
- Observatorio Ocupacional del SEPECAM (2007, 2008 y 2009). Indicadores básicos del mercado de trabajo. Informes mensuales de los años 2007, 2008 y 2009.
- Observatorio Ocupacional del SEPECAM (2007, 2008 y 2009). Informe trimestral del mercado laboral de Castilla-La Mancha de los años 2007, 2008 y 2009.
- Observatorio Ocupacional del SEPECAM (2007, 2008 y 2009). Estadísticas de paro registrado de los años 2007, 2008 y 2009.
- Observatorio Ocupacional del SEPECAM (2009). Informe de la Encuesta de Población Activa de Castilla-La Mancha de I, II, III y IV Trimestre de 2009.
- Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha (2009). Informe sobre la situación económica y social de Castilla-La Mancha 2008.
- Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha (2006). Efecto de las ayudas europeas en la economía de Castilla-La Mancha.
- Comisión europea (2008). Skill needs in Europe. Focus on 2020.
- Comisión Europea. (1999). Políticas comunitarias de fomento del empleo.
- Calvo, A. (2009). La Unión Europea en la sociedad de la innovación y el conocimiento. Reformas y retos. Revista de Economía industrial, 370, pp. 25-32.
- Instituto de Estadística de Castilla-La Mancha (2009). Anuario Estadístico de Castilla-La Mancha. Año 2008.
- Instituto de Estadística de Castilla-La Mancha (2009). Informe de Economía Trimestral. I, II y II Trimestre de 2009.
- Consejo de Formación Profesional de Castilla-La Mancha (2008). Empleo y formación profesional en Castilla-La Mancha. Situación actual y escenarios prospectivos.



- Mancomunidad Campo de Calatrava y Fundación Biodiversidad Estudio (2003). Nuevos Yacimientos de Empleo en medioambiente en Campo de Calatrava.
- Acite consultores (2006). Estudio del sector de la hostelería en Castilla-La Mancha.
- Ágora. Estudios de Mercado y de la Opinión Pública (2007). Necesidades formativas de los trabajadores inmigrantes en los sectores de la hostelería y servicios personales de Castilla-La Mancha.
- Área de formación y estudios (2007). La atención a las personas dependientes. Diseño de materiales, productos y herramientas adecuadas a los itinerarios formativos de colectivos enmarcados en la figura del cuidador no profesional.
- Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (ASAJA Castilla-La Mancha) (2006). Evaluación de la formación continua en el sector vitivinícola.
- Asociación de Propietarios Rurales para la Gestión Cinegética y Conservación del Medio Ambiente (2007). Estudio para la estructuración y descripción de la formación continua en el sector del turismo cinegético.
- Concepto servicios empresariales (2007). Análisis económico-empresarial, ocupacional y formativo de las empresas y trabajadores del sector de turismo en la comunidad de Castilla-La Mancha.
- Avella, L. y Fernández, M. (2009). Globalización y localización internacional: ¿oportunidad o amenaza para la empresa industrial española?, en Revista de Economía Industrial, 370, pp. 217-232.
- Collado, J.C. y Martínez, M.A. (1998). NYE en España. Potencial de crecimiento y desarrollo futuro. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Cachón, L. (1997): La formación y los "nuevos yacimientos de empleo" en España. Revista Española de Investigaciones Sociológicas. Nº 77-78, 1997, pp. 117-135.
- Cachón, L. (1998). Nuevos yacimientos de empleo en España. Potencial de crecimiento y desarrollo futuro. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Cachón, L. (1999). Sobre desarrollo local y nuevos yacimientos de empleo. Política y sociedad, 31, pp. 117-130.
- Lorés Domingo, C. (2002). NYE y necesidades formativas. Desarrollo y ruralidad. La realidad chilena y española en el umbral del s.XXI.
- Myro, R. y Fernández-Otheo, CM. (2008). Deslocalización de empresas e inversión extranjera directa en la industria española. Papeles de economía española, 116, pp. 184-202.



- Organización Internacional del Trabajo. (1999). Informe sobre el empleo en el mundo 1998-1999: empleabilidad y mundialización, papel fundamental de la formación. Ginebra: OIT.
- Pérez-Infante, JI. (s.f.). Luces y sombras del mercado de trabajo en España. Problemas, situación y tendencias. Revista de Economía industrial, 367, pp. 35-49.
- UGT Castilla-La Mancha (2005). Detección y diagnóstico de las necesidades formativas en servicios de ayuda a domicilio.
- UGT. Federación de Metal, Construcción y Afines de Castilla-La Mancha (2007). El sector aeronáutico en Castilla-La Mancha. Estudio y análisis de la situación actual y de sus perspectivas de futuro.
- Vilallonga, A. (2002). Los nuevos yacimientos de empleo: una oportunidad para crear empleo y satisfacer nuevas necesidades sociales. Scripta Nova, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, VI, 119 (117).
- Cámaras de Comercio (2006). Nuevos yacimientos de empleo. Carácter estratégico y potencial económico. Madrid: Consejo Superior de Cámaras de Comercio.
- CCOO. Federación de Sanidad y Sectores Sociosanitarios (FES). Castilla-La Mancha (2007). Detección de necesidades formativas y líneas de actuación de los trabajadores del sector de residencias y centros de día privados de personas mayores en la comunidad de Castilla-La Mancha.
- Centro de Investigación y Formación Empresarial (2007). Estudio del sector de personas dependientes en Castilla-La Mancha, ante la nueva Ley de Atención a la Dependencia.
- Confederación de Empresarios de Castilla-La Mancha (2005). Necesidades formativas en el ámbito de Castilla-La Mancha.
- Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica (2007). Estudio de investigación sectorial en el ámbito de la atención de personas dependientes en Castilla-La Mancha.
- Confederación Regional de Empresarios de Castilla-La Mancha (2007). Estudio de necesidades formativas del sector aeronáutico en Castilla-La Mancha.
- Confederación Regional de Empresarios de Castilla-La Mancha (2007). Necesidades formativas de las empresas de nueva creación en Castilla-La Mancha generadoras de empleo.
- Create-Adecco (2008). III Informe de Recolocación. Madrid: Create.
- FOREM Castilla-La Mancha (2006). Estudio de necesidades formativas en colectivos de baja cualificación.



- Fundación SEPI (2008). La evolución de las empresas industriales españolas en 2007. Resultados de la encuesta sobre estrategias empresariales. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Garrido, R. y Gallo, MT. (s.f.). La localización y movilidad de las empresas en España. Un análisis empírico. Revista de Economía Industrial, 367, pp. 67-84.
- Gómez, C (2001): Empleo, economía y sociedad, [en línea] 5campus.com, Sociología <<http://www.5campus.com/leccion/empleoeconom>> [consultado el 21 de enero de 2010]
- Kosacoff, B. (2007). Por un nuevo modelo industrial. Revista Realidad Económica. IADE: Buenos Aires, Argentina.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2008). Resultados del programa de reindustrialización. Atlas de reindustrialización. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (2007). Perspectivas de empleo hasta el año 2010 en Castilla-La Mancha.

#### WEBGRAFÍA

##### INFORME Timestral EPA 2017

- [http://empleoyformacion.jccm.es/fileadmin/user\\_upload/observatorio\\_ocupacional/2017/Informe\\_trimestral\\_EPA\\_-\\_2017T01.pdf](http://empleoyformacion.jccm.es/fileadmin/user_upload/observatorio_ocupacional/2017/Informe_trimestral_EPA_-_2017T01.pdf)

##### INFORME ECONOMICO FINANCIERO CASTILLA LAMANCHA 2016

- [http://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/2016\\_0210/tomo\\_2\\_informe\\_economico\\_y\\_financiero\\_2016.pdf](http://www.castillalamancha.es/sites/default/files/documentos/pdf/2016_0210/tomo_2_informe_economico_y_financiero_2016.pdf)

##### BOLETINES COYUNTURA REGIONAL CASTILLA LA MANCHA

- <http://www.dgfc.sepg.minhafp.gob.es/sitios/dgfc/es-ES/ei/ecr/crb/Paginas/bcr48clm.aspx>

##### BOLETIN ECONOMICO CASTILLA LA MANCHA 2016

- [http://beclm.uclm.es/images/Boletines/termometro\\_4T16.pdf](http://beclm.uclm.es/images/Boletines/termometro_4T16.pdf)

##### FEDERACION INTERSECTORIAL DE AUTONOMOS DE CASTILLA LAMANCHA

- <http://www.ceatclm.es/>

##### ESTADISTICAS SEGURIDAD SOCIAL

- [http://www.seg-social.es/Internet\\_1/Estadistica/Est/index.htm](http://www.seg-social.es/Internet_1/Estadistica/Est/index.htm)

#### SUBSECRETARIA DE EMPLEO Y SEGURIDAD SOCIAL

- <http://www.empleo.gob.es/es/estadisticas/resumenweb/RUD.pdf>

#### DIARIO DIGITAL CASTILLA LA MANCHA

- <http://www.eldigitalcastillalamancha.es/economia/127019685/La-Seguridad-Social-gano-en-abril-.55-afiliados-en-Castilla-La-Mancha.html>

#### CASTILLA LA MANCHA SERVICIO DE EMPLEO Y FORMACION

- <http://www.castillalamancha.es/tema/empleo/empleo-y-formaci%C3%B3n>

#### PORTAL EDUCA CASTILLA LA MANCHA

- <http://www.educa.jccm.es/es/fpclm>

#### ESTADÍSTICAS PYME 2016

- <http://www.ipyme.org/Publicaciones/Estadisticas-PYME-2016.pdf>

#### INFORME IPYME 2016

- <http://www.ipyme.org/Publicaciones/Estadisticas-PYME-2016.pdf>

#### FUENTES NORMATIVAS

- El 20 de febrero de 2008, el Real Decreto 107/2008, de 1 de febrero, que recoge siete cualificaciones de la Familia profesional Comercio y Marketing.
- El Ministerio de Empleo y Seguridad Social, a través del Observatorio del Servicio Público de Empleo Estatal, en coordinación y cooperación con las comunidades autónomas en el ejercicio de sus competencias, a través de la Conferencia Sectorial de Empleo y Asuntos Laborales, y de los agentes sociales, a través del Consejo General del Sistema Nacional de Empleo, desarrollará una función permanente de prospección y detección de necesidades formativas del sistema productivo, para proporcionar respuestas efectivas a las necesidades de formación y recualificación del mercado laboral, y para anticiparse a los cambios y responder a la demanda que se pueda producir de mano de obra cualificada, contribuyendo así al desarrollo profesional y personal de los trabajadores y a la competitividad de las empresas.
- El 7 de Mayo, el Real Decreto 558/2011, de 20 de abril, por el que se complementa el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales,



mediante el establecimiento de dos cualificaciones profesionales correspondientes a la familia profesional Comercio y Marketing.

- El 23 de Noviembre, el Real Decreto 1549/2011, de 31 de octubre, que recoge dos cualificaciones de la Familia Profesional Comercio y Marketing.
- Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral.
- REAL DECRETO 395/2007, de 23 de marzo, por el que se regula el subsistema de formación profesional para el empleo.
- ORDEN TAS/2307/2007, de 27 de julio, por el que se regula el subsistema de formación profesional para el empleo en materia de formación de demanda y su financiación, y se crea el correspondiente sistema telemático, así como los ficheros de datos personales de titularidad del Servicio Público de Empleo Estatal.
- ORDEN TAS/37/2008, que modifica la Orden TAS/2307/2007 reguladora de la formación de demanda
- Resolución de 29 de junio de 2012, del Servicio Público de Empleo Estatal por la que se determinan los colectivos y áreas prioritarias, en las acciones de formación de demanda correspondientes al ejercicio 2012
- Orden ESS/723/2016, de 9 de mayo, por la que se desarrolla el modelo específico de declaración responsable para su presentación por entidades de formación para la impartición de formación distinta de las especialidades previstas en el Catálogo de especialidades formativas.
- Resolución 27 abril de 2009 cuestionario de evaluación
- Orden TAS/718/2008 reguladora de la formación de oferta.
- Modificación Orden reguladora de formación de oferta ORDEN ESS 1726/2012, de 2 de Agosto
- Ley General de Subvenciones
- Reglamento de la Ley General de Subvenciones
- Resolución de 17 de agosto de 2016 Convocatoria 2016 para la concesión de subvenciones públicas para la ejecución de planes de formación de ámbito estatal, dirigidos prioritariamente, a trabajadores ocupados.
- Convocatoria de subvenciones para la mejora de la empleabilidad de jóvenes menores de 30 años.
- (BOE nº 207, de 29 de agosto de 2015)
- Ley 18/2014 de 15 de octubre de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia (BOE nº 252, de 17 de octubre de 2014).



## OTRAS FUENTES

- Ministerio de Educación, Política Social y Deporte
- Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Ministerio de Economía y Hacienda.
- Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE).
- Consejería de Economía, Empresas y Empleo
- Fundación Estatal para la Formación en el Empleo.
- Instituto Nacional de las Cualificaciones (INCUAL).
- Eurostat.
- CEDEFOP (Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional).
- Instituto Nacional de Estadística (INE).
- Instituto de Estadística de Castilla-La Mancha.
- Portal del Comercio de Castilla-La Mancha.
- Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE)
- Servicio Público de Empleo
- Servicio de Estadística de Castilla-La Mancha.