



ATA
AUTÓNOMOS



Trabajo autónomo en el sector
COMERCIO en
Castilla-La Mancha

Necesidades
formativas
para los retos
del siglo XXI

Informe final

Asociación de Trabajadores Autónomos
de Castilla-La Mancha

Expediente: PE/2020/18

índice

1.

La apuesta por la formación para superar los problemas 6

2.

Desarrollo del estudio. Metodología 11

 2.1 Motivación el estudio..... 14

 2.2 Objetivos alcanzados 15

 2.3 Diseño metodológico: fases del estudio 16

 2.3.1 Fase documental 16

 2.3.2 Comité de expertos..... 16

 2.3.3 Encuesta a los autónomos dedicados al comercio 18

 2.3.4 Grupo de discusión..... 20

 2.3.5 Metodología de las fases analíticas 22

 2.4 Participantes en el estudio 25

 2.4.3 Relación de componentes del comité de personas expertas..... 26

 2.4.2 Perfil de la muestra de la encuesta 27

 2.4.3 Participantes en el grupo de discusión..... 30

3.

Marco socioeconómico: Castilla-La Mancha..... 32

 3.1 Perfil de los trabajadores autónomos de la región 61

 3.1.1 Análisis de la situación de los autónomos por parte del comité de personas expertas 70

 3.2 Afectación de la pandemia al trabajo autónomo 73

4.

El comercio en el siglo XXI 86

 4.1 Las nuevas formas de comercio 88

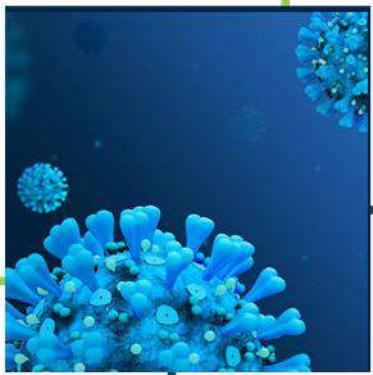
 4.1.1 El comercio tradicional 89

2



4.1.2 Los centros comerciales	92
4.1.3 El comercio electrónico (e-commerce)	94
4.2 El comercio castellanomanchego.....	98
4.2.1 Normativa europea, nacional y regional del sector comercio	98
4.2.2 El compromiso del gobierno de Castilla-La Mancha con el sector del comercio en tiempos de pandemia	104
4.3 Análisis DAFO del sector comercio entre los autónomos castellanomanchegos	108
 5.	
Competencias básicas propias del sector comercio	111
5.1 Marco de cualificaciones y competencias profesionales	113
5.1.1 ESCO: Las competencias desde una perspectiva laboral	114
5.1.2 El proyecto Tuning. Las competencias desde la perspectiva de la formación	115
5.1.3 La transposición en España: el INCUAL y el CNCP	117
5.2 Catálogo de competencias básicas de los autónomos del sector comercio	119
 6.	
Nivel e interés formativo de los autónomos del sector comercio..	124
6.1 Nivel formativo y competencial de los autónomos del sector comercio	125
6.2 Capacidad ante las competencias catalogadas para el sector comercio	132
6.3 Intereses y preferencias formativas del universo de estudio.....	136
 7.	
Análisis comparado: comercio al por mayor y al por menor y diferencias por sexos.....	142
7.1 Comparativa entre los comerciantes al por mayor y al por menor	143
7.2 Diferencias entre sexos.....	150
 8.	
Principales conclusiones del estudio	158

8.1 Conclusiones extraídas de los participantes del estudio	159
8.1.1 Conclusiones del comité de expertos.....	159
8.1.2 Principales resultados del grupo de discusión	163
8.2 Estudio en paralelo: afrontar las crisis	167
8.2.1 Competencias para superar crisis: el comercio en comparación con el resto de actividades	168
8.2.2 Conclusiones del estudio paralelo: necesidades formativas para superar situaciones de crisis.....	177
8.3 Conclusiones y recomendaciones.....	180
 ANEXOS	184
I. Índices de tablas y gráficos por capítulos	185
II. Fuentes documentales y bibliográficas	191
III. Cuestionario entrevista comité de expertos	199
IV. Cuestionario encuesta a personas trabajadoras autónomas	204



1

**La apuesta por la
formación para
superar los problemas**



Desde ATA Castilla-La Mancha siempre se ha considerado la formación como un pilar que facilita la supervivencia de todo proyecto empresarial. Tal es así, que consideramos la oferta de formación, de vital importancia para el colectivo de los autónomos en general y, de los pertenecientes al sector comercio en particular. Una formación competitiva y de calidad, adaptándose a las nuevas realidades del mercado laboral y a las altas exigencias de un entorno cambiante.

Por ello, este estudio va dirigido a priorizar e identificar aquellas acciones formativas que, adaptadas a la nueva realidad por la pandemia la COVID-19, permita a los autónomos pertenecientes del sector comercio, la supervivencia de sus negocios, la generación de mayores niveles de productividad, creación de empleo o, en algunos casos, la reinención de sus proyectos empresariales.

Los trabajadores autónomos del sector comercio forman parte de un colectivo diverso, debido a las múltiples actividades económicas que se engloban en él. Cuentan con unas características comunes al resto de actividades económicas que conforman nuestro sector productivo, pero a la vez, también sus singularidades características les proporciona un valor diferencial del resto de trabajadores por cuenta propia, determinándose por unas necesidades específicas que requieren de acciones formativas concretas y personalizadas.

ATA Castilla-La Mancha es consciente que la formación se ha convertido en el motor de toda sociedad avanzada pues, aquellos autónomos del sector comercio que, por iniciativa propia inviertan en formación, se anticiparán y adaptarán sus proyectos empresariales a las demandas y cambios de los mercados, desenvolviéndose en un entorno globalizado, exigente y de alta competitividad.

Nos encontramos en un mundo globalizado, rápido antes los cambios y, después de la pandemia ocasionada por la COVID-19, de gran incertidumbre económica.

La propagación en todo el mundo de la COVID-19, junto a la crisis económica y sanitaria que la han acompañado, ha derivado que los gobiernos nacionales, regionales y locales adopten medidas restrictivas de carácter extraordinario para evitar su transmisión, paralizando parte significativa de la actividad económica, siendo uno de los mayores perjudicados el sector comercio.

Unas actuaciones que ha traído consecuencias severas y cuyo reflejo inmediato está siendo el impacto negativo y muy acusado sobre el Producto Interior Bruto y el empleo a nivel nacional, trasladándose de inmediato a escala regional y municipal.

Como consecuencia de una crisis sanitaria sin precedentes, el conjunto de medidas ha supuesto la práctica suspensión de toda la actividad comercial, a excepción de aquellos establecimientos vinculados a garantizar las actividades esenciales.

Un cese de actividad que se ha prolongado en el tiempo, más allá de los diferentes estados de alarma y de los rebrotos registrados, desde marzo del pasado año.

El alcance de las consecuencias económicas derivadas de las medidas adoptadas aún se desconoce con exactitud, pero lo que sí es cierto, es el daño producido. A falta de cuantificar con rigurosidad y tener datos estimados, el tiempo que los autónomos necesitarán para recuperar las pérdidas ocasionadas en sus empresas es demasiado incierto.

Esta paralización del sector comercio ha supuesto, a corto y medio plazo, una considerable destrucción de empleo y una inevitable bajada en la renta media de los consumidores, repercutiendo de forma directa en la reducción de la demanda interna.

La realidad por la que están atravesando la mayoría de los autónomos castellanomanchegos del sector comercio, convive con los beneficios adquiridos por parte de aquellas actividades que, perteneciendo a dicho sector, el gobierno de la nación, las consideró esenciales durante el confinamiento. Estas actividades catalogadas como esenciales han visto crecer de forma exponencial sus ingresos, superando incluso, las expectativas y estimaciones previstas. Tal es el caso, de supermercados y establecimiento de alimentación de primera necesidad.

No hay que olvidar que, el decreto de los continuos estados de alarma, han confirmado la robustez y el carácter estratégico del conjunto de la cadena de valor del sector alimentario y del gran consumo, poniendo de manifiesto la importancia del sector primario, industria agroalimentaria, logística y transporte y distribución para garantizar el suministro a toda la ciudadanía de bienes de primera necesidad.

Desde ATA, reconocemos y admiramos la rapidez de adaptación en tan difíciles momentos, dando a la ciudadanía una respuesta conjunta y realizando fuertes inversiones para adaptarse a la nueva situación, tanto en lo que respecta a la



seguridad de los clientes y sus trabajadores, como en adaptación a nuevos procesos en un corto espacio de tiempo.

En definitiva, gran parte del sector comercio en Castilla-La Mancha ha experimentado una reducción drástica de sus ingresos, manteniendo casi las mismas obligaciones financieras y tributarias, lo que supone poner en la cuerda floja la continuidad de la mayoría de las actividades económicas y, por tanto, llevar aparejada la destrucción de empleo.

Por ello, ATA Castilla-La Mancha, prioriza la formación de los autónomos del sector comercio con la intención que puedan responder a los retos que deban afrontar en un futuro cercano, no sólo mediante el impulso de una nueva cultura de la formación a lo largo de su trayectoria profesional y que le permita el buen desempeño de sus funciones mediante la adquisición de habilidades y consolidación de competencias profesionales, sino a través del aprendizaje en la organización de sus negocios.

El acceso a la formación para autónomos castellanomanchegos ha permitido que, en estos últimos años, las personas trabajadoras por cuenta propia adquieran unos mayores niveles de competitividad, desarrollando sus funciones de una manera óptima.

Sin embargo, es imposible obviar la situación económica y sanitaria por la que nos encontramos, en la que el sector comercio ha sido uno de los mayores damnificados, como hemos comentado anteriormente, debido a ser el principal objetivo de las medidas restrictivas de los gobiernos regionales y locales para contener la propagación del virus.

A pesar de ello, estamos en un momento clave para la formación del colectivo autónomo pues, ésta se ha convertido en un instrumento esencial para permitir que los autónomos castellanomanchegos en general y, los pertenecientes al sector del comercio en particular, apuesten por la acciones formativas como medio de supervivencia, actualización o reinención de sus negocios.

Una vez superada cada una de las olas de contagios a las que nos enfrentamos, las condiciones en las que quede el tejido productivo comercial y su capacidad de recuperación, dependerán de las medidas que se vayan adoptando desde los diferentes gobiernos nacionales, regionales y locales, para impulsar la reactivación comercial.

Todo ello, sin olvidar que, a medio y largo plazo, el sector comercio deberá adaptarse a los cambios y a los nuevos hábitos en el consumo, intensificados a partir de los efectos de la crisis sanitaria.



Desarrollo del estudio. Metodología

Antes de comenzar a detallar todos los datos e información recabada que han de dar lugar en este informe final, a las conclusiones sobre el tema que se aborda, se recordará el planteamiento metodológico que se presentó de forma previa al inicio del estudio.





Como se puede ver en el esquema presentado en la anterior página, se ha llevado un trabajo arduo a fin de obtener los resultados más certeros se diseñaron un conjunto de acciones encaminadas a recabar toda la información posible y contrastarla de forma que fuera lo más veraz posible.

En este capítulo, se pretenden presentar el porqué de la realización del trabajo, que en un primer momento viene determinado por la determinación que la **Consejería de Economía, Empresas y Empleo** a través de su **Dirección General de Trabajo, Formación y Salud Laboral**, en la puesta en marcha programas para la mejora de la formación profesional para el empleo de las personas trabajadoras autónomas.

De esta forma, es la cuarta ocasión en la que **ATA** colabora con los organismos de las **Junta de Comunidades** en los *programas 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 la región*. En esta ocasión, ATA concurrió con dos propuestas que obtuvieron el visto bueno y la subvención de la Dirección General, habiéndose realizado en paralelo a este estudio otro de similares características enfocado a las competencias necesarias para superar la crisis COVID-19.

Además del porqué del estudio, se revisarán los objetivos alcanzados, y la metodología seguida en cada una de las fases necesarias para su desarrollo, así como los diferentes participantes en el estudio, que ha implicado a más de 350 personas, siendo la mayor parte de ellas autónomos del sector comercio de la región que han respondido el cuestionario que supone el principal esfuerzo de este trabajo.

2.1

Motivación el estudio

Tradicionalmente el comercio ha sido la principal actividad del colectivo de trabajadores autónomos, más aún en una región como Castilla-La Mancha, con amplias zonas rurales y pocas ciudades, que además son más bien pequeñas. Sin embargo, en los últimos años, esta rama de actividad no ha dejado de decrecer. Tras la aparición de los grandes centros comerciales, que asentaron un duro golpe al pequeño comercio, ahora son las plataformas de venta online, las que amenazan la supervivencia de autónomos y familias que dedicaron su vida a la venta a pie de calle. Pero, no hay que ver la tecnología como una enemiga, ya que también puede ayudar a vender en nuevos mercados, con una facilidad que nunca antes se había visto.

Por todo ello, se hacen necesarias actividades encaminadas al análisis específico de la realidad de los trabajadores autónomos, ampliando la visión de supervivencia. Es decir, no se trata de mantener los negocios, si no ver cuáles son las oportunidades que se ofrecen para seguir al frente. La formación se hace indispensable para conseguir que el autoempleo siga siendo una herramienta de trabajo que garantice un sustento y calidad de vida a quienes escogen el emprendimiento como forma de vida.

Además, en estos momentos en los que la coyuntura debido a la pandemia de COVID19, es delicada e incierta, hay que poner en valor la capacidad del autoempleo como salida profesional y motor económico. Por eso es fundamental, conocer las necesidades formativas específicas que presenta la actividad mayoritaria en el colectivo, para poder reformularse y mantenerse tras la crisis de la pandemia.

Por tanto, el informe ha de servir para seguir fomentando la cultura emprendedora, adaptada al nuevo contexto económico, entendiendo mediante el análisis en profundidad cuales son los nuevos retos formativos y realizando aquellas mejoras que se hagan necesarias para el mantenimiento y el fomento del colectivo de trabajadores por cuenta propia.

2.2

Objetivos alcanzados

Como se podrá comprobar en las próximas páginas, se han logrado alcanzar los objetivos planteados para este estudio.

Como punto de partida, el **objetivo general** planteado para la realización de este estudio fue:



Identificar las prioridades formativas para la adquisición de competencias necesarias para afrontar en el escenario a corto medio plazo los cambios que sean oportunos para la supervivencia del autoempleo entre los autónomos dedicados al comercio en Castilla-La Mancha.

También se plantearon y se han logrado alcanzar los siguientes **objetivos específicos**:

- Conocer la situación del sector comercio en la región, con especial atención al colectivo de trabajadores autónomos.
- Investigar las perspectivas de futuro de las diferentes ramas de actividad, viendo el lugar que el comercio ocupa.
- Identificar posibilidades de transformación de los negocios de la rama del comercio en otras actividades con mejores perspectivas de futuro.
- Contextualizar las dificultades que al sector le está suponiendo la actual crisis por la pandemia de COVID19.
- Encontrar necesidades formativas y establecer, en su caso, itinerarios formativos con el fin último de mantener el autoempleo en la región.

2.3

Diseño metodológico: fases del estudio

Se presenta a continuación la metodología seguida en las diferentes fases y acciones del estudio, de manera secuencial, según se presentaban en el esquema que aparecía en la introducción de este capítulo.

2.3.1 ■ Fase documental

El punto de partida, pretendía ser la presentación de la realidad a la que nos enfrentemos, y generar los dos primeros productos finales que compondrán el estudio. Se ha llevado a cabo un doble acercamiento, en primer lugar al autoempleo en Castilla-La Mancha, y en segundo lugar al sector del comercio, que es el objeto concreto del estudio.

También se realizó una revisión documental de las principales publicaciones sobre estudios socioeconómicos y prospecciones de escenarios futuros para aplicar dicha contextualización sociodemográfica específica del colectivo y la actividad, a la situación global que requerirá estrategias particulares en los próximos años.

Del mismo se recurrió a estudios previos en temas de formación, para tener un punto de partida del nivel formativo, y de las competencias propias del autoempleo en general y del comercio en particular.

2.3.2 ■ Comité de expertos

Se conformó un comité con técnicos de diferentes perfiles, los cuales se consideraron adecuados para poder ofrecer la información que se pretendía

obtener en esta primera fase de investigación del campo. El grupo estuvo compuesto por 5 en las diferentes materias.

Este comité tuvo como **principales objetivos**:

- Identificar, validar y normalizar las competencias transversales necesarias para el buen desarrollo del trabajo autónomo.
- Analizar la situación socioeconómica, laboral, ocupacional, y la coyuntura económica que atraviesa el colectivo en Castilla-La Mancha.

Además, se han perseguido también a través de estas entrevistas los siguientes objetivos específicos:

- Señalar que competencias transversales serán requeridas a los autónomos en el nuevo contexto del trabajo autónomo en la comunidad
- Actualizar las competencias transversales exigidas y la formación ofertada
- Obtener información sobre qué competencias transversales consideran que son las más relevantes para el desarrollo óptimo del trabajo de autónomas en la región.

La intención es que la información obtenida a través de esta técnica permita completar el Catálogo de base de competencias transversales con la identificación y clasificación de aquellas competencias transversales consideradas más relevantes para el buen desarrollo del trabajo autónomo en la coyuntura post COVID-19 para diseñar un cuestionario certero para dar voz a los autónomos castellanomanchegos. Por ello es necesario que esta técnica se realice en un primer momento, en el inicio del trabajo de campo.

Persiguiendo los objetivos enumerados, y en función del trabajo documental ya realizado, se diseñó un cuestionario sobre el que desarrollar las entrevistas a los miembros que conformaría el comité. Este cuestionario con 12 preguntas, se dividía en los siguientes apartados:

- Datos de la persona entrevistada.

- Análisis de la situación.
- Valoración del nivel formativo y competencial de los trabajadores autónomos.
- Valoración de la oferta de formación para el empleo para el empleo destinada a personas trabajadoras autónomas.
- Conclusiones

2.3.3 Encuesta a los autónomos dedicados al comercio

Una vez conseguidos los datos que aportaron las entrevistas realizadas al comité de expertos, y establecidas las competencias necesarias para las personas trabajadoras autónomas dedicadas al comercio en Castilla-La Mancha se procedió a diseñar un cuestionario destinado a una muestra representativa del colectivo objeto de estudio.

MUESTRA REPRESENTATIVA: Se ha considerado que el número de encuestas, es decir el tamaño de la muestra para una población de 35.576 autónomos dedicados al comercio, será de 300, que para un nivel de confianza de un 95% deja un margen de error de 5,75%. La muestra se estratificará por provincia según el siguiente reparto:

OBJETIVO: Con la realización del cuestionario se pretende hacer una recogida de datos para la obtención de información referente a los propios trabajadores autónomos dedicados al comercio en los siguientes aspectos:

1. Datos socio-demográficos, perfil, tipología de comercio, previsiones de futuro.
2. Nivel formativo y predisposición a la formación
3. Autoconocimiento de la situación: el negocio y sus competencias como empresario

- 
- 4. Necesidades y prioridades formativas: posibilidades de continuidad del negocio o cambio de actividad.**

ESTRUCTURA DEL CUESTIONARIO:

- Datos básicos del autónomo: En este apartado se obtendrán datos para el análisis de la muestra objeto de estudio seleccionado.
- Datos sobre su empresa: Los datos que se requieren en este apartado serán referentes al negocio del autónomo, en el cual se analizará, municipio, tamaño de la empresa, antigüedad y alcance territorial del negocio
- Situación económica de la empresa y perspectivas de futuro: Se recogerán datos de la situación económica y de los negocios, y se valorará las perspectivas de futuro a corto/medio plazo del colectivo.
- Auto-valoración de competencias y necesidades formativas: Este apartado engloba la parte más extensa y fundamental del cuestionario, dado que es en el que los autónomos/as encuestados valorarán las competencias seleccionadas, así como el nivel de formación que tienen del mismo. De igual modo se les preguntará por la forma de formación que más se adecua a sus necesidades, así como horarios, tipos de cursos, ETC.
- Predisposición a un cambio en su actividad como medio para seguir adelante en el autoempleo.

La encuesta fue publicada para su cumplimentación online en la plataforma **Survey Monkey**, realizando envíos de emails masivos a autónomos y autónomas de Castilla-La Mancha, que figuran en las bases de datos de ATA, cumpliendo rigurosamente la legislación de protección de datos.

Se recopilaron encestas durante 5 semanas, entre los meses de mayo y junio de 2021, dedicándose la última semana a la encuestación telefónica, ayudando a alcanzar los criterios marcados al proyectar la encuesta.

Tabla 2.1 Ficha técnica de la encuesta

<i>Universo del estudio</i>	35.677
<i>Muestra</i>	307
<i>Cuestionarios válidos</i>	279
<i>Error muestral</i>	5,96%
<i>Nivel de confianza</i>	96

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

El resultado, una vez finalizada la encuesta, según se puede apreciar en la ficha técnica, han sido un total de 307 cuestionarios de los cuales han sido válidos 279. Para esta muestra, con un nivel de confianza de 96 se obtiene un error muestral del 5,96%.

Tabla 2.2 Canales de encuestación

	Valor absoluto	Porcentaje
<i>Encuestas online</i>	209	68,1%
<i>Encuestas telefónicas</i>	98	31,9%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Como se puede ver en la Tabla 2.2, la mayor parte de cuestionarios se recogieron online, habiéndose realizado telefónicamente el 31,9% de las encuestas.

Más adelante, en este mismo capítulo, en el apartado 2.4.1 se presentan los datos del perfil de la muestra recogida en la encuesta realizada.

2.3.4 ■ Grupo de discusión

La última técnica antes de finalizar la fase de investigación de campo vuelve a ser una técnica cualitativa, a través de la cual se pretende contar con voces externas al grupo de investigación que ayuden tanto al análisis de los resultados de la encuesta.

Como en las técnicas anteriores se presentan a continuación los aspectos metodológicos más relevantes.

Los fines concretos a conseguir con esta dinámica fueron:

- Valorar la viabilidad de los fines del estudio
- Identificar las competencias necesarias para la supervivencia de los autónomos dedicados a actividades de comercio
- Establecer las acciones formativas prioritarias.
- Propuestas y mejoras en la oferta formativa al sector comercio.

Como se indicaba en el planteamiento del proyecto, se presentaba esta técnica como cierre de la fase de campo, por lo que era necesario finalizar las fases anteriores para la obtención de resultados que ayudasen a la realización de la misma.

Se seleccionó a los participantes, en función de distintos criterios para que el grupo aportara diferentes puntos de vista, y fueron citados para una reunión telemática a través de la plataforma ZOOM. De esta manera, se facilitaba la participación de las distintas personas convocadas, y no se ponían en riesgos las medidas de seguridad aún vigentes frente al COVID-19.

El grupo tuvo lugar el 24 de junio de 2021 a las 10:30 horas en la plataforma ZOOM. Fue coordinado por la Socióloga a cargo del estudio, **Elena Melgar** y tuvo una duración que se grabó íntegramente bajo consentimiento expreso de los participantes.

Se realizó una presentación a los miembros del grupo, que sirvió como hilo conductor, cuyo contenido fue el siguiente:

- Evolución de los autónomos castellanomanchegos por ramas de actividad.
- Evolución de los autónomos del comercio por provincias.
- Formación de los autónomos del comercio:

- Nivel académico
 - Autovaloración de su preparación.
 - Comparativas de la consideración que dan a la formación frente a la experiencia y a las competencias como gestores frente a las competencias específicas propias del comercio
 - Nivel de actualización en función de si los encuestados se habían formado en los 3 últimos años.
 - Formación para empleados de los empleadores.
-
- Valoración de la importancia y la capacidad que consideran tener en las competencias seleccionada.
 - Preferencias formativas.

Planteadas estas cuestiones se daba turno de palabra, aportando los participantes sus opiniones, y generándose debates. Se estudiarán así, a continuación, las ideas surgidas y como han sido abordadas por el grupo, viendo cuáles han sido las ideas fuerza y cuestiones más repetidas.

2.3.5 Metodología de las fases analíticas

Como se podía observar en el esquema metodológico, las diferentes acciones llevadas a cabo como trabajo de campo, conllevaban siempre una acción de respuesta de análisis del trabajo realizado. En este apartado se presenta la forma en la que se han realizado esos análisis, diferenciando entre el análisis de los datos cuantitativos, principalmente del cuestionario, y los cualitativos.

1. Metodología del análisis de datos cuantitativos:

Los datos cuantitativos se han obtenido del análisis de fuentes documentales secundarias (estadísticas oficiales) y de fuentes primarias (encuestas realizadas en el trabajo de campo).

El tratamiento estadístico de los datos recogidos del cuestionario se ha realizado a través del programa informático SPSS, así como el programa Excel. La investigación es básicamente descriptiva y sus principales objetivos se centran en la descripción y el análisis detallado del colectivo a distintos niveles. En este sentido, los análisis llevados a cabo son los siguientes:

- Clasificación de las repuestas proporcionadas por el registro, intentando llevar a cabo un proceso analítico que permita codificar unas categorías que puedan ser comparadas entre sí, a fin de clarificar aquellos aspectos que en los cuestionarios se muestran poco estables, dudosos o contradictorios.
- Codificación de los ítems y su tabulación mediante la grabación de los datos contenidos en cada uno de los cuestionarios validados.
- Se realizaron análisis estadísticos descriptivos de prácticamente todas las preguntas del cuestionario obteniendo, para cada una de ellas, estadísticos de tendencia central, de dispersión, el rango de valores entre los que se sitúan las respuestas de los sujetos, así como los valores mínimo y máximo que dichas respuestas adoptan. Además, para cada una de las preguntas se obtiene una distribución de frecuencias con sus respectivos porcentajes, así como los porcentajes válidos y acumulados de cada una de las opciones de respuestas.
- Estudio estadístico descriptivo de las variables empleadas para caracterizar las muestras de los colectivos participantes en la investigación, así como para comparar posibles diferencias.
- De forma similar se obtuvieron los análisis estadísticos descriptivos y la distribución de frecuencias de determinadas preguntas y variables, no ya sobre la muestra total, sino sobre diferentes grupos o submuestras formados en función de diversas condiciones o características relevantes para el estudio. De esta manera se puede observar, de modo descriptivo, las diferencias en determinadas variables que existen entre diversos grupos, así como ver las relaciones entre diversas variables, o analizar la situación de determinados grupos o tipos de sujetos en diferentes ítems.
- Complementando los derivados de la estadística descriptiva se realizaron, en los casos en que se considere relevante, análisis propios de la estadística inferencial, como son los análisis de varianza de un factor,

cuya función es la de tratar de describir, analizar o buscar diferencias estadísticamente significativas en determinadas variables que se puedan dar entre diversos grupos establecidos en función de alguna condición relevante que segmente la muestra.

- Selección de análisis descriptivos más importantes para el objeto de estudio y elaboración de gráficos que representan estos datos de manera gráfica y visual, permitiendo su análisis.

2. Metodología del análisis de datos cualitativos:

A través del análisis de la información cualitativa que se recogió, se ha tratado de conocer y analizar hechos, procesos, estructuras, discursos y personas que conforman el colectivo objeto de nuestro trabajo. Se pretendía que el investigador-técnico mantuviera un trato directo con las personas e instituciones involucradas, con el fin de entenderlas y comprender su realidad.

Para realizar el análisis cualitativo se desarrollaron las siguientes acciones previstas en el planteamiento del estudio:

- Análisis de información cualitativa obtenida a través de fuentes secundarias de información.
- Análisis de la información obtenida a través de la entrevista a personas expertas.
- Análisis de la información cualitativa obtenida a través de la encuesta al colectivo de trabajadores autónomos.
- Análisis de la información proporcionada por el grupo de discusión. En este sentido, los análisis llevados a cabo han sido los siguientes:
 - Registro de la información (ficheros de audio y resultados cualitativos de las encuestas)
 - Codificación de la información cualitativa obtenida. Agrupación por categorías que reúnen ideas, conceptos o temas de similares características y que por éstas se pueden agrupar. Asignar unidades de significado a la información descriptiva compilada durante la

investigación. En otras palabras, son recursos utilizados para identificar o marcar los temas específicos en un texto.

- Integrar la información: relacionar las categorías obtenidas en el paso anterior, entre sí y con los fundamentos teóricos de la investigación.
- Identificación de la información. Transcribir todo el material a ser analizado y organizar en función de los objetivos propuestos y de los diferentes análisis que se prevén realizar.
- Análisis descriptivo. Analizar de forma descriptiva la información organizada de tal forma, que obtengamos una visión concreta de la realidad estudiada, sin datos subjetivos ni opiniones. Averiguar las posibilidades de generalización.
- Interpretación de los resultados. El siguiente paso al análisis descriptivo, es interpretar esa realidad en función de los resultados y análisis que deseamos obtener. Desgranar la información obtenida en busca de pautas y variables que contribuyan a la conformación de una determinada realidad objeto del estudio.
- Juicio de los resultados y recomendaciones. A partir de la interpretación de los resultados, el equipo de trabajo realizará un juicio de los resultados que conllevará el desarrollo de recomendaciones y propuestas de mejoras.



2.4



Participantes en el estudio

Como ya se ha destacado, el estudio ha contado con una gran participación de agentes de todo tipo, sin contabilizar, evidentemente a los propios trabajadores de ATA que han realizado el grueso del estudio. Por este motivo, este punto está

destinado a conocer, principalmente la identidad de aquellas personas que de forma más directa han participado en las dinámicas puestas en marcha para la obtención de los resultados del estudio, pero también, para dar a conocer el perfil de las personas trabajadoras autónomas dedicadas al comercio que, gracias a su participación en la encuesta, han permitido radiografiar la realidad de su situación.

A continuación, se presentan los datos de participación de cada una de las fases desarrolladas, según su orden cronológico.

2.4.3 Relación de componentes del comité de personas expertas

A fin de conseguir una visión amplia de los temas que se debían abordar, como ya se ha indicado en la exposición metodológica de esta dinámica, se buscaron diferentes perfiles que pudiesen aportar sus conocimientos a los fines de la investigación. Con estas premisas, el comité de expertos quedó compuesto por los integrantes que se indican en las siguientes fichas:

1. JAVIER REDONDO SORIA

Organización: AJE Cuenca (Asociación de Jóvenes Empresarios)
Cargo: Presidente
Área de conocimiento: Transversal de la economía regional

2. FRANCISCO CASADO

Organización: ATA Murcia
Cargo: Presidente y gestor de formación
Área de conocimiento: Formación y colectivo autónomos

3. ASUNCIÓN FRUCTUOSO

Organización: Asociación de Empresarios y Comerciantes de Seseña
Cargo: Presidenta
Área de conocimiento: Empresariado y economía local

4. ESTEBAN VILLANUEVA

Organización: Cámara de Comercio de Albacete

Cargo: Vicepresidente

Área de conocimiento: Comercio provincial

5. LAURA VENEGAS

Organización: ATA Castilla-La Mancha

Cargo: Coordinadora regional

Área de conocimiento: Colectivo de autónomos

2.4.2 Perfil de la muestra de la encuesta

Castilla-La Mancha es una de las comunidades autónomas en la que las mujeres tienen un peso más bajo, no llegando a ser 1 de cada las que integran el colectivo. Esta tendencia se acorta en el sector del que se ocupa este estudio, pero al haberse realizado un muestreo aleatorio, el peso de las mujeres ha sido muy similar al que estas tienen entre las autónomas. Como se muestra en la Tabla 2.2 el 32,9% de la muestra es femenina.

Tabla 2.3 *Distribución de la muestra por sexos*

Hombres	67,1%
Mujeres	32,9%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Dado que el comercio es una actividad muy amplia, y es el sector más importante del trabajo autónomo, por su volumen de trabajadores, se decidió hacer una precisión dentro de la actividad a fin de poder observar posibles variaciones. Por este motivo, se pidió a las personas encuestadas identificarse como minoristas o mayoristas, siendo claramente mayoritarios los primeros que representan el 88% de los encuestados.

Tabla 2.4 Distribución de la muestra entre minoristas y mayoristas

<i>Autónomos comerciantes al por mayor</i>	12,0%
<i>Autónomos comerciantes al por menor</i>	88,0%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Tabla 2.5 Estratificación de encuestados por grupos etarios

<i>Menor de 25 años</i>	1,6%
<i>Entre 26 y 35 años</i>	3,9%
<i>Entre 36 y 45 años</i>	15,0%
<i>Entre 46 y 55 años</i>	36,2%
<i>Entre 56 y 65 años</i>	41,0%
<i>Mayor de 65 años</i>	2,3%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

El grueso de la muestra supera los 45 años, edad considerada por los organismos nacionales e internacionales, como de inicio de dificultades para la empleabilidad. El 77,2% supera esa edad, siendo de todas, la franja etaria más numerosa la de los que tienen entre 56 y 65 años, que siendo 2 de cada 5 encuestados. De este modo con excepción de los mayores de 65 años que son sólo el 2,3%, cuanto más reduce la edad, más se reduce a su vez el número de personas que han respondido la encuesta, siendo la franja etaria más pequeña la de los que tienen menos de 25 años, que representan el 1,6%

Como corresponde a las edades que se han visto en la tabla anterior, los negocios de los comerciantes autónomos encuestados tienen en su mayoría más de 10 años. Casi 3 de cada 5 personas encuestadas están al frente de negocios con más de años. También, como ocurría con las edades, la Tabla 2.5, muestra como desciende el porcentaje de respuestas al descender el número de años de antigüedad de los comercios. Así, los que decidieron emprender en los últimos años, bien antes de la pandemia, bien durante la misma, son un nada desdeñable 4,6%, que o bien ha aguantado los momentos más difíciles, o han sabido aprovechar las oportunidades que ofrece toda crisis.

Tabla 2.6 Antigüedad de los negocios de los encuestados

<i>Menos de 2 años</i>	4,6%
<i>Entre 3 y 5 años</i>	15,1%
<i>Entre 5 y 10 años</i>	22,0%
<i>Más de 10 años</i>	58,2%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Tabla 2.7 Comerciantes autónomos empleadores

<i>No tengo empleados</i>	46,9%
<i>Hasta 5 empleados</i>	40,7%
<i>Hasta 10 empleados</i>	7,5%
<i>Más de 10 empleados</i>	4,9%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Si se mide el tamaño de las empresas por número de empleados, según la representación de la muestra, los autónomos del comercio en Castilla-La Mancha son pequeños empresarios. Casi el 90% de la muestra se concentra entre los que no tienen trabajadores, los más habituales pues son el 46,9%, y los que tienen menos de 5 trabajadores, que suman el 40,7%.

Por provincias, como cabía esperar es Toledo la que ha aportado mayor número de individuos, representando estos el 27,7% del total. Superan también el 20% los representantes de Ciudad Real (23,4%) y Albacete (20,5%). Las provincias más pequeñas, por su parte, han representado el 11,4%, las encuestadas llegadas de Cuenca y el 16,9%, las de Guadalajara.

Tabla 2.8 Distribución de la muestra por provincias

<i>Albacete</i>	20,5%
<i>Ciudad Real</i>	23,5%
<i>Cuenca</i>	11,4%
<i>Guadalajara</i>	16,9%
<i>Toledo</i>	27,7%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

2.4.3 Participantes en el grupo de discusión

Siguiendo los criterios marcados al proyectar el estudio, recogidos en el anterior apartado metodológico se contactó con diversas entidades con el fin de que alguno de sus técnicos colaborase en esta fase de trabajo. Del mismo modo, dada la experiencia previa de ATA en este tipo de estudios, se hizo uso de los bancos de datos de la entidad para solicitar colaboración a personas que con anterioridad habían participado en acciones de este tipo.

De este modo, el grupo de discusión quedó configurado de la siguiente manera:

1. GREGORIO ORAÁ

Organización: CECAM Ciudad Real

Cargo: Autónomo sector comérico

Área de conocimiento: Empresariado provincial

2. MARGA ROMERO

Autónoma propietaria de una boutique y una tienda de productos gourmet. Hija de autónomos

3. MIGUEL ÁNGEL RIVERO

Organización: Colegio de agentes comerciales de Castilla-La Mancha

Cargo: Presidente.

Área de conocimiento: Empresas de comercialización

4. JAVIER GIL

Organización: FEPEMFTA Federación Empresarial Talaverana

Cargo: Vicepresidente

Área de conocimiento: Empresariado local

5. ANA PUEBLA

Organización: FECIR Federación Empresarial de Ciudad Real

Cargo: Directiva

Área de conocimiento: Autónoma del comercio minorista

6. PACO CASADO



Organización: ATA

Cargo: Responsable de formación

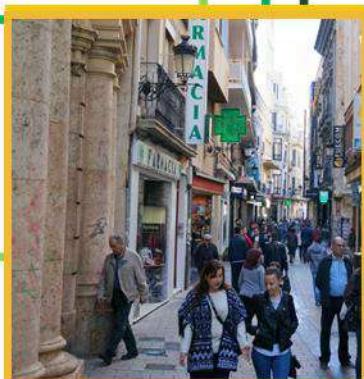
Área de conocimiento: Formación para el empleo

7. JOSÉ LUIS MARCOS

Organización: GDOCE Formación para el empleo

Cargo: Consultor de formación y autónomo

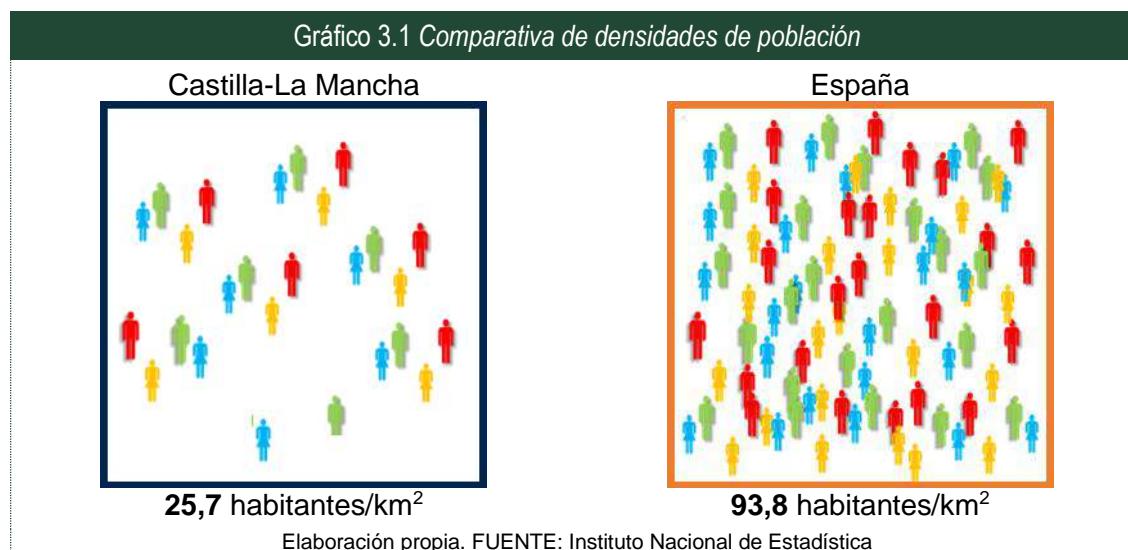
Área de conocimiento: Formación para el empleo



Marco socioeconómico: Castilla-La Mancha

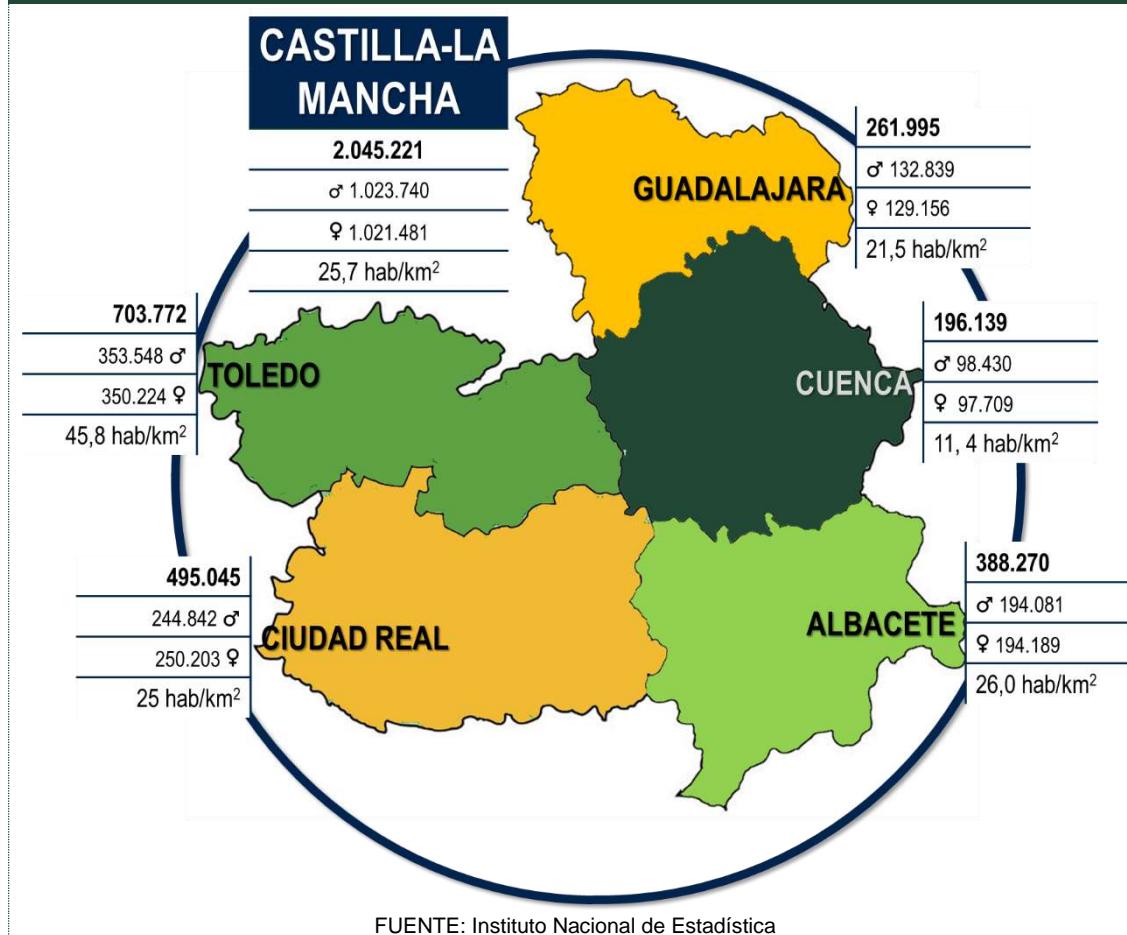
Al amparo de la Constitución Española de 1978 se inicia el proceso de composición del Estado Autonómico, del que surgirá **Castilla-La Mancha**. Se considera la fecha de facto de constitución de la autonomía, el 31 de mayo de 1983, día en que se constituyen las primeras Cortes regionales. En lo sucesivo, servirá esta fecha como Fiesta de la Región, para conmemorar la instauración de órgano de representación y legislativo de la nueva comunidad autónoma.

Se trata de la tercera autonomía más extensa de España, con más **de 79.463 km²** de extensión, integrado cinco provincias: Albacete, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara y Toledo. Ocupa la mayor parte de la submeseta sur, comprendiendo los valles del Guadiana y el Tajo, desde Sierra Morena al Sistema Central, excluyendo la Comunidad de Madrid. Por el este la flanquean el Sistema Ibérico, al norte, y las Cordilleras Béticas, al sur. Esto da lugar a grandes llanuras que facilitan los cultivos extensivos.



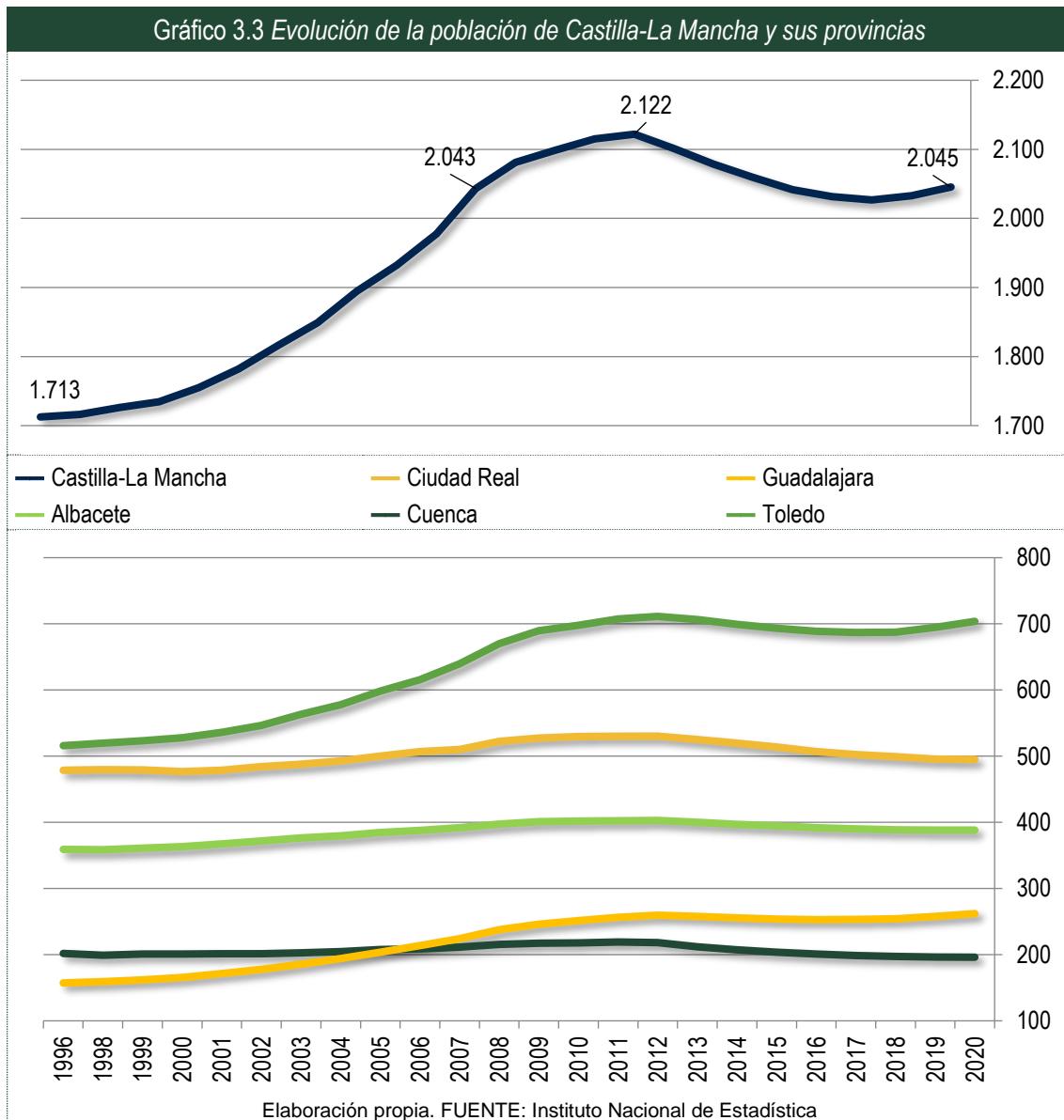
Sin embargo, en cuanto a población, Castilla-La Mancha es una de las regiones menos densamente pobladas. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, a 1 de enero de 2020, la población era de **2.045.221 castellanomanchegos**. Con este último dato oficial, la densidad de población de la región es de tan sólo 25,7 habitantes/km², muy por debajo de los 93,8 habitantes/km² que hay en el conjunto de España.

Gráfico 3.2 Población de Castilla-La Mancha por provincias y sexo



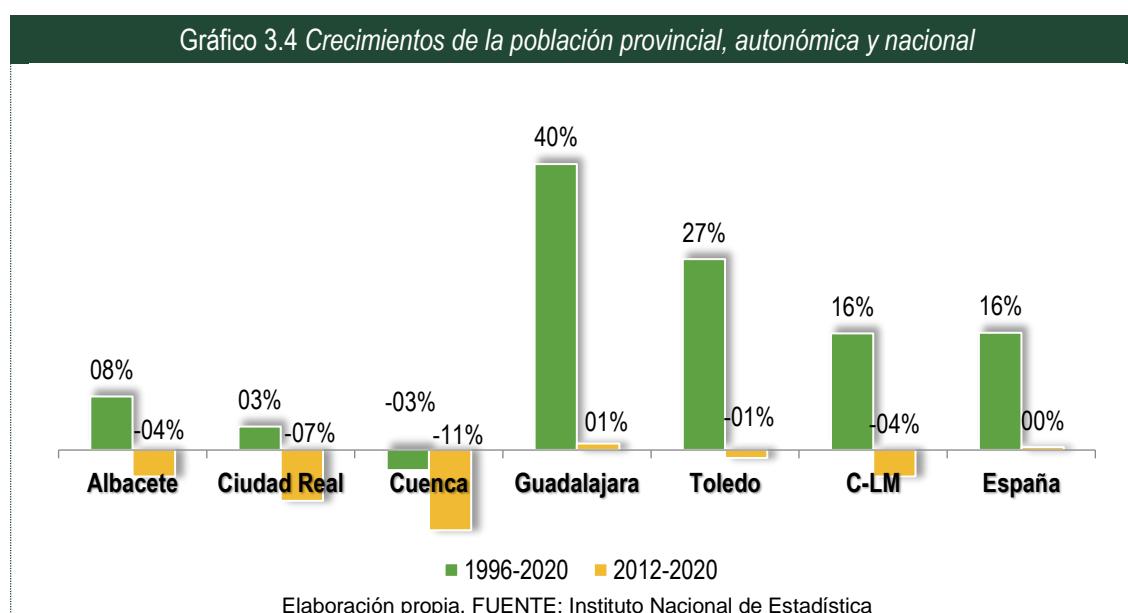
Como muestra el Gráfico 3.2 la distribución de la población entre las diferentes es bastante desigual. A pesar de su extensión, Cuenca es la provincia menos poblada de la región, con 196.139 habitantes, por lo que su densidad de población es de sólo 11,4 habitantes por km². En lado contrario, Toledo es la provincia más poblada y con la densidad de población más alta: 45,8 habitantes por km². Esta provincia sigue presentando un crecimiento poblacional, gracias a su frontera con la Comunidad de Madrid, y superaba a 1 de enero de 2020, los 700.000 habitantes.

Las tres provincias restantes presentan densidades de población que orbitan en torno a la media autonómica, aunque sus poblaciones son muy diferentes. Ciudad Real se acerca al medio millón de habitantes y Albacete está próximo a los 390.000, siendo su capital, con más de 170.000 habitantes, el municipio más poblado de la región, y el único que supera los 100.000 censados. Guadalajara, también en crecimiento en las zonas que limitan con Madrid. Inició 2020 con 261.995 habitantes empadronados.



La evolución de la población castellanomanchega ha sido considerable en las últimas décadas. En 2012 alcanzó su máximo histórico con 2.121.888 habitantes según los datos del padrón continuo del INE. Desde 1996 en que empieza la serie ofrecida por el INE con datos del padrón a 1 de enero de cada año, el aumento fue del 19,3% en ese periodo. El crecimiento, sin embargo, es desigual entre las 5 provincias. En el Gráfico 3.3 se aprecia claramente como la mayor parte del ascenso de la población la aportan Toledo y Guadalajara, siendo la primera la que cuenta con más población, mientras que Guadalajara, en este periodo de tiempo ha superado a Cuenca, que según se aprecia en el gráfico es la que se ha mantenido más estable, aunque pierde población en el final de la serie.

Ciudad Real y Albacete, experimentaron aumentos de población con picos pronunciados en 2012, como ocurría en el conjunto de la región. Desde ese año la población de estas provincias y de Cuenca no ha dejado de disminuir, aunque de una forma muy lenta. Desde 2017, Toledo está recuperando parte de la población perdida, mientras Guadalajara ha marcado máximo de población histórico en 2020, superando el mencionado pico de 2012.

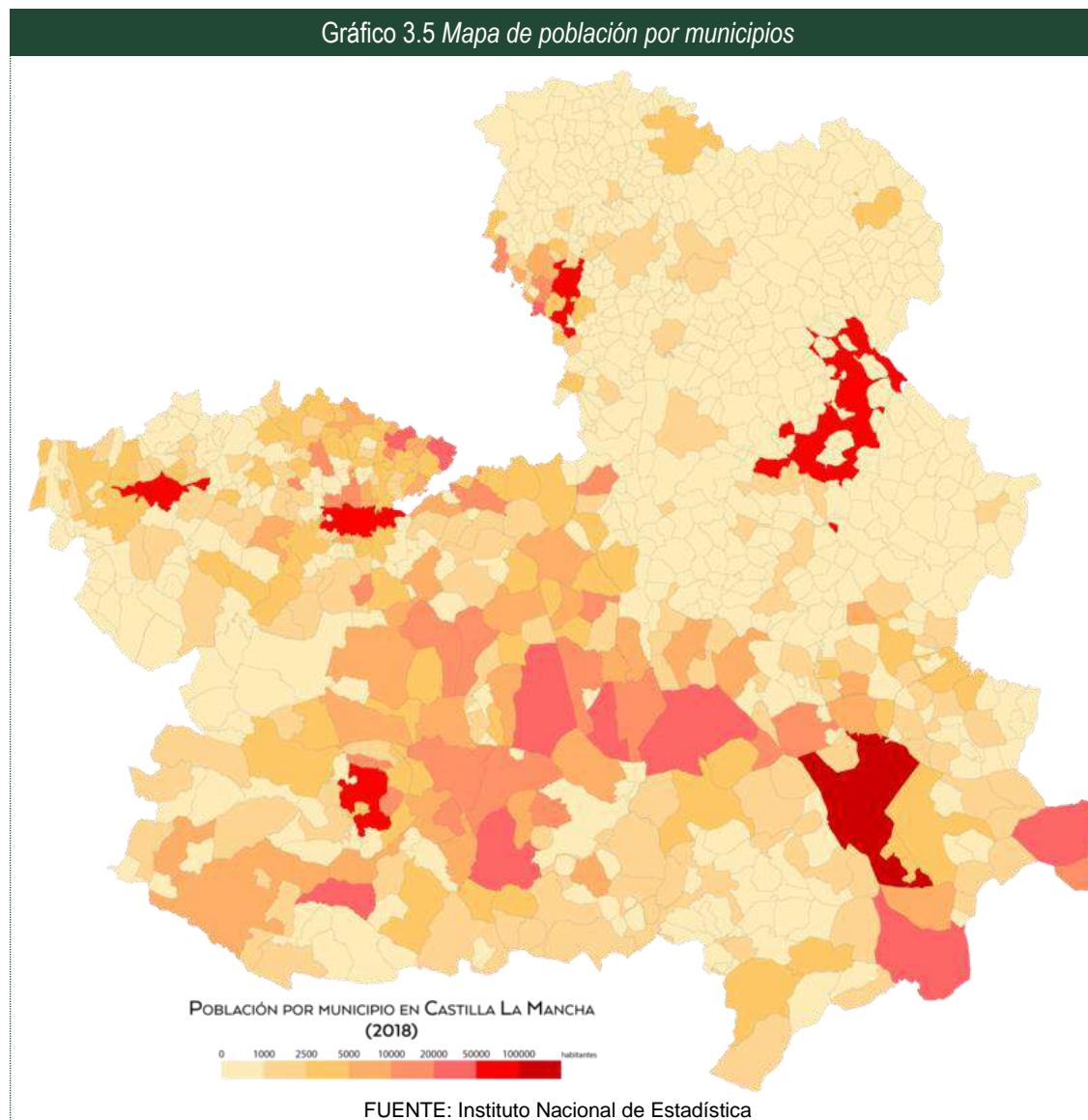


La tendencia de la población de Castilla-La Mancha es coincidente con la del conjunto de España, que también alcanzó un pico máximo en 2012. En los 25 años que se están analizando, la comunidad y el estado han experimentado el mismo crecimiento (16,3% y 16,4% respectivamente). Sin embargo, la tímida reciente recuperación de población que se viene dando a nivel nacional desde 2018, no se está notando en Castilla-La Mancha, y ni evolucionan en la misma forma todas las provincias. La población española, tras el máximo de 2012, atravesó años de descenso, hasta empezar a crecer de nuevo, respecto al año anterior en 2018, y cierra el periodo con un aumento del 0,4% de habitantes más. Sin embargo, aunque el número de castellanomanchegos, no ha parado de subir desde 2017, el saldo final en la región en el periodo 2012-2020, es de una disminución del -3,7% de la población.

Las mayores desigualdades, se dan si se observan las variaciones de la población por provincias, destacando lo ocurrido en Cuenca y Guadalajara. La promera, es el único territorio en el que la población ha decrecido desde 1996. Hay en la actualidad un -2,8% menos de habitantes. A pesar de que también

marcó un pico en el año 2012, desde entonces, la población de esta provincia no ha parado de caer.

Por el contrario, la provincia de Guadalajara, no ha dejado de crecer. Es la que ha experimentado el mayor crecimiento en los últimos 25 años, con un 40% más de población, pero además supera la media del tímido crecimiento que se viene produciendo en los últimos años, sumando un 0,9% más de guadalajareños entre 2012 y 2020.



Las tres provincias restantes, aunque crecido en los últimos 5 lustros, no han podido recuperar en los últimos años el pico alcanzado en 2012. Toledo viene recuperando población desde 2017, y aunque por sólo unos centenares de

personas, en 2020, fueron más los albaceteños censados que en 2019. Ciudad Real por su parte es la que más población ha perdido desde el máximo que también experimentó en 2012, contando en 2020 con un -7,1% de habitantes.

Aunque no se llevará mucho más allá el análisis, por la complejidad del mismo, no se puede obviar que tampoco es uniforme la distribución de la población dentro de cada una de las provincias. Como se muestra en el Mapa (Gráfico 3.5) los municipios más habitados son Talavera de la Reina y las 5 capitales de provincia, que se muestran en un color rojo más intenso, destacando sobre el resto el municipio de Albacete, que con sus 174.336 habitantes¹, es la única ciudad castellanomanchega con más 100.000 habitantes.

Observando el mapa (Gráfico 3.5) vemos que los municipios con menor población están en las provincias de Cuenca y Guadalajara, a pesar del crecimiento que esta viene experimentando en los últimos años. Por sus colores rojos más intensos, se puede comprobar que el crecimiento guadalajareño se está concentrando en el Corredor del Henares, entre la capital provincial, y Madrid, mientras que el resto del territorio, salvo algunas excepciones como Molina de Aragón y Sigüenza, está salpicado de municipios de menos de 2.000 habitantes.

Algo similar ocurre en Toledo. La que es capital regional ha experimentado en las últimas décadas un fuerte crecimiento por su cercanía a Madrid, que se manifiesta en todos los municipios limítrofes con la comunidad. Las comarcas de La Sagra y la Mesa de Ocaña, han multiplicado su población desde los inicios del siglo XXI. También en esta provincia destaca Talavera de la Reina, tradicional centro industrial y de servicios al oeste de la población y con una influencia que incluso llega a la cercana Extremadura, pero que se encuentra en los últimos años en retroceso.

De forma más diseminada, la llanura que da parte del nombre e identidad a la comunidad, La Mancha, concentra también gran parte de la población entre las provincias de Ciudad Real, Toledo, Albacete y Cuenca. Muchas son las poblaciones de más de 5.000 habitantes en esta área central de la región, pero también las de más de 20.000 como Valdepeñas, Tomelloso o Villarrobledo.

Las zonas más despobladas se encuentran en los contornos de la región, descontando las zonas mencionadas que limitan con la Comunidad de Madrid, y

¹ Datosmacro.com. Diario Expansión. Enero 2021.

las excepciones con más de 20.000 habitantes, suponen las localidades albaceteñas de Hellín y Almansa.

Se presta especial atención a la demografía por estar de actualidad el fenómeno que se ha venido a denominar **España Vaciada**. Tras los éxodos rurales de siglos anteriores, de nuevo, principalmente debido a la cada vez mayor tercerización de la economía, las zonas rurales se están viendo cada vez más despobladas, con una población cada vez más envejecida y sin un relevo generacional que pueda permitir la supervivencia de cientos de pueblos. Como se puede deducir del análisis realizado hasta ahora, esta situación de despoblamiento es desigual en las provincias, zonas, comarcas o municipios castellanomanchegos, por lo que sus consecuencias son diferentes para cada zona de la región.

Las consecuencias de este fenómeno son evidentes: un envejecimiento de la población, la desaparición de servicios, tanto públicos como privados, falta de recursos, e incluso de las infraestructuras, primero privadas y como consecuencia las públicas.

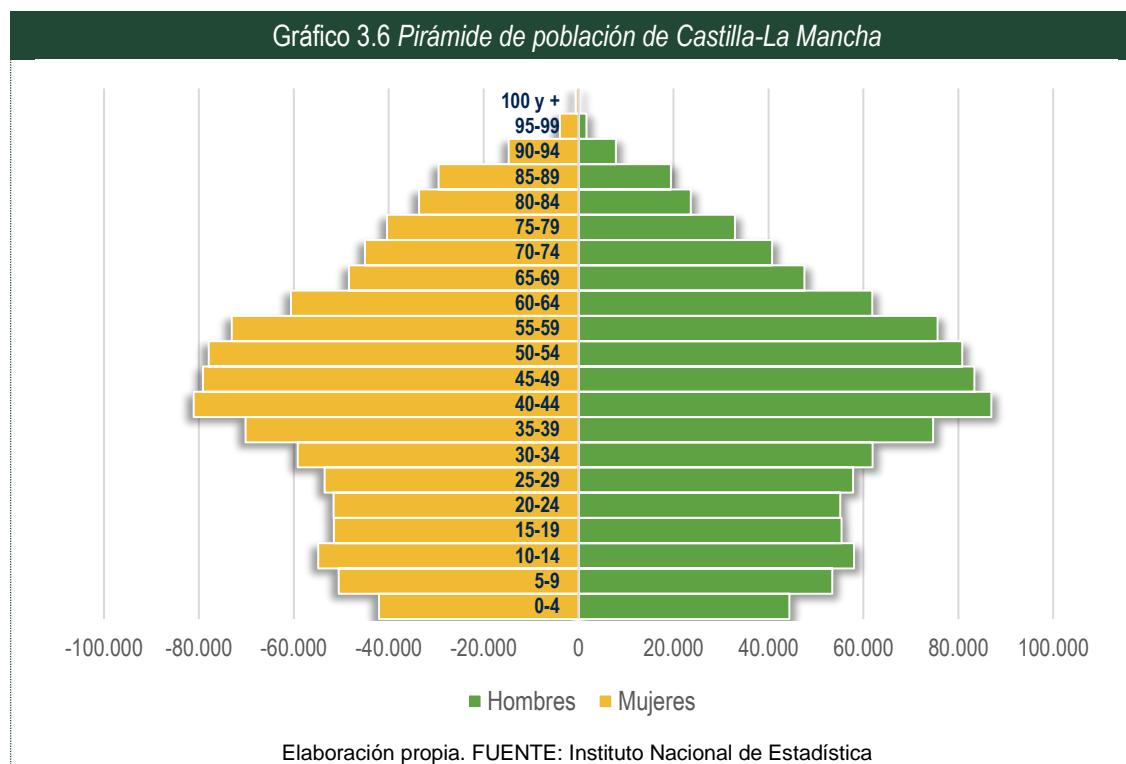
El hecho poblacional diferenciador, va a tener repercusión también en el universo principal de estudio: el trabajo autónomo. La situación descrita tiene su reflejo en la economía, y por tanto, los negocios y empresas de las autónomas y autónomos castellanomanchegos estarán en buena parte condicionados a las zonas y localidades en las que se ubiquen. Servirá también esta aclaración poblacional, para comprender muchos de los datos económicos, que en esta radiografía de la región, se van a presentar en las próximas páginas.

Atendiendo a otras cuestiones sobre la población castellanomanchega, su destrucción por sexos es bastante equitativa, aunque son ligeramente más los hombres que las mujeres, representando el 50,1% de los habitantes de la región. Si se observa a la Tabla 3.1 por provincias la distribución por sexos, es también bastante igualitaria y la pequeña diferencia se decanta en favor de los hombres, menos en Ciudad Real, donde las mujeres son el 50,5% de la población total. A nivel nacional, también se invierte el dato regional, siendo más las mujeres de los hombres, que representan el 51,0% de la población española.

Tabla 3.1 Porcentajes de población femenina por territorios

Albacete	C. Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo	C-LM	España
50,0%	50,5%	49,8%	49,3%	49,8%	49,9%	51,0%

FUENTE: Instituto Nacional de Estadística



Como se explicaba anteriormente, uno de los problemas de las zonas rurales, originado por la despoblación, es envejecimiento. Ese proceso es habitual en todas las sociedades occidentales en los últimos años, en los que los nacimientos y el número de hijos de las familias están en continuo retroceso, principalmente debido a los hábitos de vida que se han adaptado en las últimas décadas. Otro de los factores que influyen en esta ecuación, es aumento de la longevidad, muestra de lo cual la región cuenta con casi 800 habitantes centenarios, de los que 1 de cada 4 son mujeres.

El grupo etario más numeroso en la región es el de los que tienen entre 40 y 44 años, indistintamente del sexo. Si bien, se observa que la población masculina se concentra mayoritariamente en las edades comprendidas entre los 35 y los 59 años. Aunque también son las edades en las que hay más mujeres, ellas se reparten más entre todas las franjas etarias, superando el número de hembras al de varones a partir de los 65 años, y siendo cuanto más avanza la edad más creciente la brecha entre la población de ambos sexos.

En cambio, y muestra del envejecimiento de la población castellanomanchega, la base de la pirámide es más estrecha. Los menores de 19 años, son el 20,1% de la población regional, los que sitúa a la región casi un punto porcentual por

encima de la media nacional. Los mayores de 65 años, por su parte representan el 19,1% de los castellanomanchegos, proporción más similar a la media española que es del 19,4%.

Tabla 3.2 *Porcentajes de población menor de edad y mayor de 65 años por territorios*

	Albacete	C. Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo	C-LM	España
<i>Menores 19 años</i>	19,3%	19,0%	17,1%	21,7%	21,4%	20,1%	19,4%
<i>Mayores 65 años</i>	19,4%	20,3%	23,2%	16,1%	18,0%	19,1%	19,4%

Elaboración propia. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

Una vez más la mayores diferencias en las proporciones entre la población más joven y la más mayor, se da entre las cinco provincias de la comunidad autónoma. El reciente crecimiento experimentado por Guadalajara, que según se veía en páginas anteriores, es la provincia que más crece en los últimos años, hace que esta provincia tenga la población más joven, siendo los menores de 19 años el 21,7% del total, y los mayores de 65 años sólo el 16,1%, marcando también el mínimo de todas las provincias. Toledo, presenta datos similares a los de la provincia nororiental, pero su población mayor de 65 años, representa el 18% del total. Una vez más estas provincias fronterizas con la Comunidad de Madrid, presentan datos similares y mejores que el resto de los territorios.

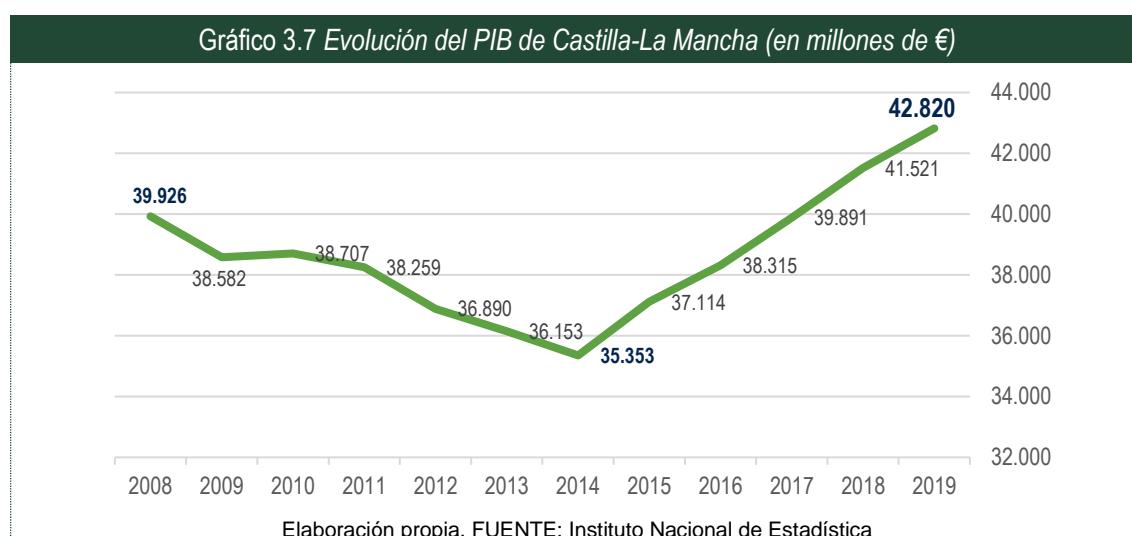
En lado opuesto, Cuenca invierte los datos de Guadalajara, contando con una población más envejecida. En esta provincia, el 23,2% de los empadronados superaba la edad de 65 años, mientras que los menores de 19 eran sólo el 17,1%. Estas cifras avocan a la provincia a seguir perdiendo población en los próximos años, pues no habría reposición poblacional de las generaciones más mayores.

Las dos provincias meridionales, por su parte, presentan datos similares a la media nacional, difiriendo unas décimas de la media autonómica, y teniendo Ciudad Real una población algo más envejecida, pues más de 1 de 4 censados contaba con más de 65 años en la fecha de referencia de los datos.

Hecho un acercamiento a la realidad poblacional de la región, con el fin de observar la heterogeneidad del territorio, y cómo a pesar de seguir siendo mayoritariamente una región rural, presenta diferentes escenarios demográficos, se atenderá a continuación al perfil económico de la región y sus provincias. Se seguirán comparando estos datos con los de España en su conjunto, y se

enfocará el análisis teniendo en cuenta la distribución poblacional presentada hasta el momento.

El INE calculó que el Producto Interior Bruto a precios de mercado (**PIB**) de Castilla-La Mancha en 2020 fue de **42.820 millones de euros**. Se ha de tener en cuenta que este dato es referido al día 1 de enero, por lo que no se refleja el impacto de la pandemia pro COVID-19, a la que se dedicará un capítulo de este estudio. Con el dato registrado al inicio de 2020, la economía regional ocupaba el 9º puesto² de las 17 comunidades autónomas con aumento del 3% respecto al año anterior. El cierre de 2019 supuso para la región un máximo histórico, manteniéndose por encima de los 40.000 millones que se habían superado el año anterior y tras años de caída tras la crisis de 2008.

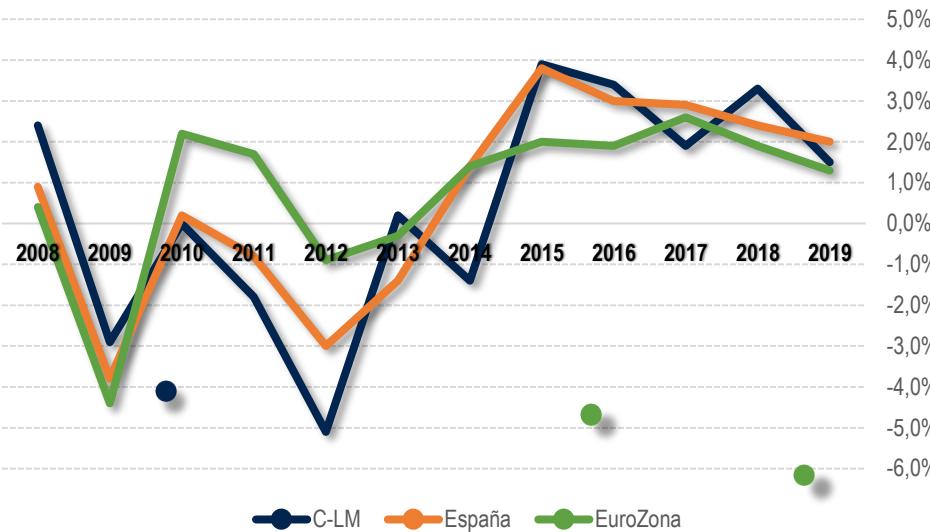


Como muestra el Gráfico 3.7 el PIB regional no ha dejado de crecer desde 2014. En el año en que quiebra *Lehman Brothers*³ y se da inicio a la primera gran crisis económica del siglo XXI, 2008, Castilla-La Mancha rozó la barrera psicológica de los 40.000 millones de PIB, pero a partir de esa fecha comenzó una disminución continua que no se frenó hasta 2014, habiendo descendido en de 4.500 millones de euros. A partir de ese mínimo, la recuperación ha venido siendo más rápida, a un ritmo medio de en torno a 1.500 millones de euros anuales.

2 Fuente: Datosmacro.es. Diario Expansión.

3 Banco de inversión estadounidense cuya quiebra en septiembre de 2008 se identificó como el inicio de la crisis financiera.

Gráfico 3.8 Comparativa de la variación interanual de los PIB autonómico, nacional y europeo



Elaboración propia. FUENTE: DatosMacro.es. Diario Expansión.

En comparativa con el marco económico en que se encuentra Castilla-La Mancha, su economía sufre más las caídas y crece ligeramente por encima de su entorno en las épocas de bonanza. La economía regional, se muestra por tanto más frágil y más expuesta a las vicisitudes externas, como se puede ver en el Gráfico 3.8, donde la línea azul, que representa la variación del PIB interanual autonómico, tiene más y mayores altibajos que las que representan las variaciones de España y la Zona Euro. Así, mientras el conjunto de los países que cuentan con la moneda única, tuvieron un mayor descenso en el primer año de crisis, el PIB de la Eurozona ha sólo volvió a decrecer entre 2012 y 2013, pero sin llegar a sobrepasar 1 punto negativo de variación. A partir de ese momento la eurozona no dejó de crecer a un ritmo interanual sostenido.

España sufrió recesión entre 2011 y 2013, siendo ésta aún más acusada en la región, con una variación interanual negativa del -5,1%, dos puntos porcentuales más que la media nacional. En 2014, mientras que las economías estatal y europea se recuperaban, la castellanomanchega volvió a decrecer el -1,4% respecto del año anterior. Tras presentar una subida mayor que las del marco económico nacional y supranacional en 2018, con un incremento interanual del 3,3%, al cierre de 2019, los tres entornos económicos presentaron un crecimiento similar: 1,5% el autonómico, 2% el nacional y 1,3% el europeo.

Si se observa el PIB per cápita, como indicador de la riqueza de la población, aunque en Castilla-La Mancha crecía en la misma proporción que lo hacía en el conjunto de los países con Euro, está muy por debajo de los países del entorno.

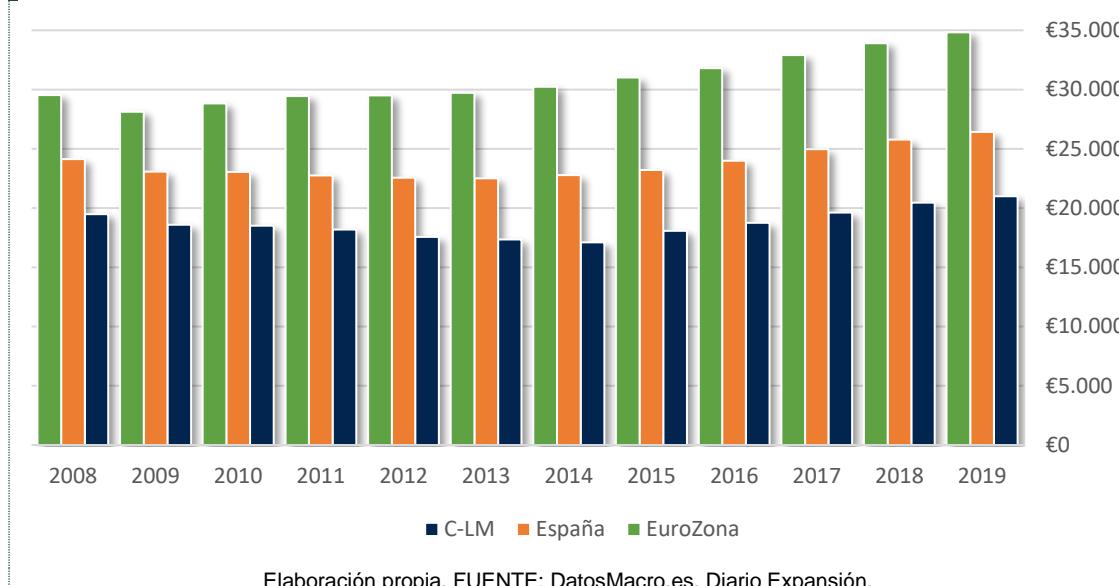
Con 26.403€ de PIB pre cápita, la riqueza de los españoles es un 24,1% inferior a la del conjunto de países de su entorno. Mientras, los castellanomanchegos con 21.004€ de PIB per cápita al iniciar 2020, distan casi 14.000 €, respecto de la Zona Euro, un 40% menos y en comparación con el conjunto de España, el PIB per cápita regional es un 20,5% inferior.

Tabla 3.3 Porcentajes de población femenina por territorios

	Castilla-La Mancha	España	Zona Euro
PIB per cápita	21.004 €	26.403 €	34.820 €
% variación interanual	2,7%	3,2%	2,7%

FUENTE: DatosMacro.es. Diario Expansión.

Gráfico 3.9 Comparativa del PIB per cápita autonómico, nacional y europeo

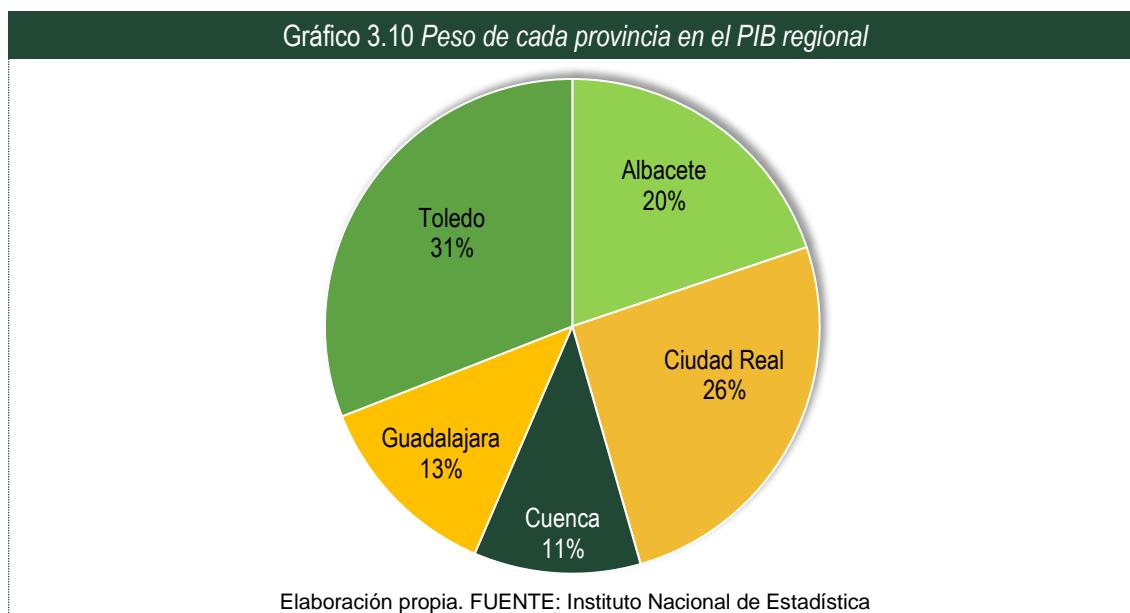


La serie histórica, desde 2008 muestra que la crisis hizo mella también el PIB per cápita, pero la afectación no fue igual en los tres niveles que se están analizando. Mientras la riqueza del conjunto de los países con la moneda común alcanzó su mínimo en 2011 perdiéndose sólo el -0,2% de PIB per cápita, en España con una pérdida del -6,7%, el mínimo llegó en 2013. En Castilla-La Mancha aún quedaba un año más de bajada, y la pérdida de riqueza fue del -12,2%, con una diferencia respecto de los países del entorno de más de 13.000 €. Esta brecha ha seguido creciendo en los años posteriores, como se puede ver el Gráfico 3.9 y cada año, el PIB per cápita regional se queda más lejos del

europeo, pues como se ha mencionado con anterioridad, al inicio del 2020 la diferencia se aproximaba a los 14.000 €.

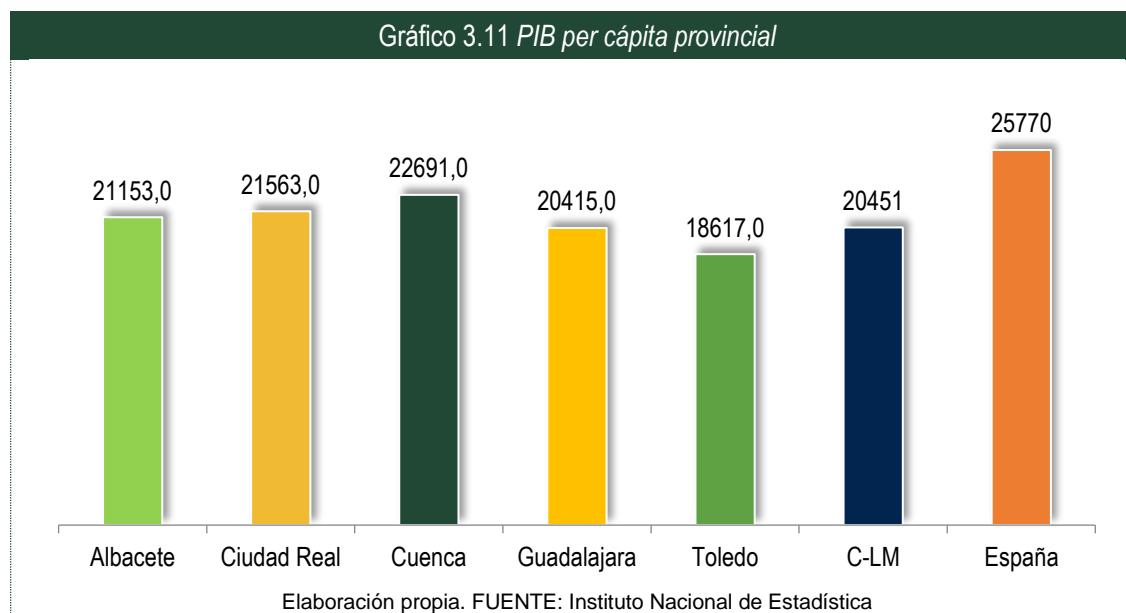
Desde los años en que se marcó el punto más bajo, la recuperación ha sido mucho mayor en la comunidad autónoma que en los otros niveles de análisis. De 2014 a 2020 el PIN per cápita castellanomanchego aumentó un 18,6%, mientras que a nivel nacional desde el peor dato (2013), aumentó 14,8% y en la Zona Euro, el 15,4%, desde su nivel más bajo en 2011.

Si se atiende al PIB per cápita pre crisis, la región queda muy lejos del crecimiento experimentado por los países del euro, que han aumentado la riqueza de sus ciudadanos en un 15,2%, frente al 7,3% de crecimiento regional. El dato va en consonancia con el del conjunto del Estado, que creció un 8,3%, pero sigue quedado rezagada, aunque en todos los niveles se han superado los datos previos la crisis de 2008.



Por provincias, el PIB castellanomanchego se distribuye de forma desigual, al igual que ocurría con la población. Si bien, el peso del PIB de cada provincia es proporcional a la población que tiene cada una. De esta forma, es Toledo, con un 30,9% la que más peso tiene en el PIB autonómico, mientras que Cuenca es la que menos aporta, representando el 10,9%. 1 de cada 5 euros del PIB provienen de los albaceteños, mientras que Ciudad Real aporta 1 euro de cada 4. Por último, Guadalajara representa el 12,6% del total del PIB regional.

Tomando como referencia el último dato que publica el INE a nivel provincial, de 2018, se observa una distribución bastante desigual entre los castellanomanchegos. Toledo, a pesar de ser la provincia con mayor PIB total de la región, es la que tiene un menor PIB per cápita, con sólo 18.617 € por habitante. Esto supone un -9% del dato autonómico y sitúa a los toledanos entre los últimos puestos a nivel nacional, con un PIB per cápita un -27,8% inferior.



La provincia que más ha crecido en población en los últimos años, presenta un PIB per cápita, prácticamente idéntico a la media de la región, mientras que las tres provincias restantes lo superan, aunque todas están por debajo de la media española. Cuenca, por el contrario, es el territorio con la mayor PIB per cápita, con 22.691 € un 9,9% más que en la región en total. Ciudad Real supera el dato regional en más de 1.000 €, mientras que Albacete cuenta con un 3,3% más de renta per cápita que la media de la comunidad.

Por sectores, el PIB se distribuye de manera también desigual, siendo mayoritario el sector terciario, como corresponde a una economía desarrollada como es la española, y por ende, la castellanomanchega. En ambos niveles territoriales representa no solo el mayor peso en el PIB, si no que representa más que la suma de los otros tres sectores. Si bien en Castilla-La Mancha los servicios aportan el 53,4% del PIB, mientras que en el conjunto del estado, 3 de cada 3 euros del PIB en 2019, provinieron de los servicios.

Gráfico 3.12 Peso de los sectores productivos en el PIB de Castilla-La Mancha

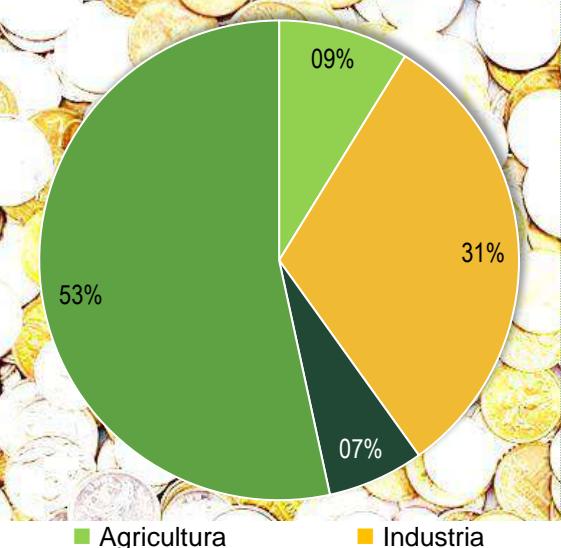
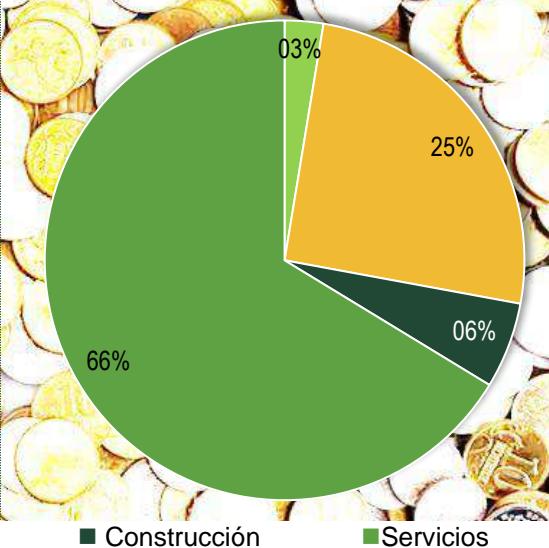


Gráfico 3.13 Peso de los sectores productivos en el PIB de España



Elaboración propia. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

La comparativa de los Gráficos 12 y 13 pone de manifiesto que Castilla-La Mancha es una región eminentemente rural, siendo mucho mayor el peso de la agricultura y el sector primario, un 8,8%, frente al 2,6% que representan a nivel estatal. Construcción e industria, tienen también más peso en el PIB autonómico que en el nacional. La construcción representa en la región el 6,5% de la producción, superando en 7 décimas porcentuales al sector a nivel nacional. Aún mayor es la diferencia de la aportación de la industria, que en la región representa el 31,3% de su producción económica, mientras que a nivel nacional es la cuarta parte.

Bajando al detalle provincial, la Tabla 3.3 muestra que la tendencia del sector mayoritario se mantiene en las 5 subdivisiones de la comunidad autónoma, en una proporción cercana a la media regional, pero destacando Cuenca y Albacete, cuyos sectores terciarios representan más del 59% del PIB. La agricultura aporta 1 de cada 10 euros en la producción de las dos provincias del sur de la comunidad, aunque es Cuenca donde tiene más peso con un 16,4%. Las dos provincias influenciadas por el efecto capital que ejerce la vecina Comunidad de Madrid, son las que presentan un menor volumen de la agricultura en sus producciones, por debajo de la media regional, aunque varios puntos porcentuales por encima de su peso a nivel nacional.

Tabla 3.4 Peso de los sectores productivos en el PIB de las provincias

	Albacete	C. Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo	C-LM	España
Agricultura	10,0%	10,6%	16,4%	4,1%	6,9%	8,8%	2,6%
Industria	24,6%	29,9%	18,2%	37,4%	31,8%	31,3%	25,3%
Construcción	5,4%	5,8%	6,3%	5,7%	6,3%	6,5%	5,8%
Servicios	59,9%	53,7%	59,0%	52,7%	55,0%	53,4%	66,3%

Elaboración propia. FUENTE: Instituto Nacional de Estadística

También son los PIBs guadalajareño y toledano, junto con el de Ciudad Real, los que hacen subir la media de la industria regional, frente a lo que representa este sector en el total de España. En la provincia alcarreña, el peso del sector manufacturero es del 37,4% de su PIB, mientras que en Toledo, con un 31,8% se supera por medio punto el peso que tiene en la región. Cuenca es la menos industrial de las provincias, con menos de un 20% de su PIB en este sector.

La construcción alcanza proporciones similares del PIB en las 5 demarcaciones, entre el 5,4% de Albacete y el 6,3% de Toledo y Cuenca. Se mantiene también, por tanto, en un peso similar al que el sector tiene en los niveles autonómico y estatal.

Continuando con el peso de los sectores, se pondrá ahora el foco en la empleabilidad, abordándose a continuación los datos de empleo de la comunidad.

Al analizar los Gráficos 2.14 y 2.15, se observa que además de los 4 sectores que nos ocupan, aparece un nuevo que se recoge en la Encuesta de Población activa (EPA) de la que se han obtenido los datos. Se trata de las personas que encontrándose en edad y situación no se pueden incluir en ningún sector bien por ser demandantes de su primer empleo, o por llevar más de un año en búsqueda activa sin conseguir colocación.

En cuanto a la población activa, se aprecian más similitudes entre el nivel nacional y el autonómico, de las que había al medir el peso de los sectores en los respectivos PIBs. De nuevo, como ya se ha explicado por ser la española una economía desarrollada, es también el sector servicios el mayoritario, aglutinando al 63,3% de los castellanomanchegos y al 69,5% de la población activa a nivel nacional. La proporción más similar se da en la construcción, donde la población activa autonómica y nacional difiere tan solo unas décimas porcentuales. En la región, son el 6,8% los activos en este sector.

Gráfico 3.14 Población activa por sectores productivos en Castilla-La Mancha

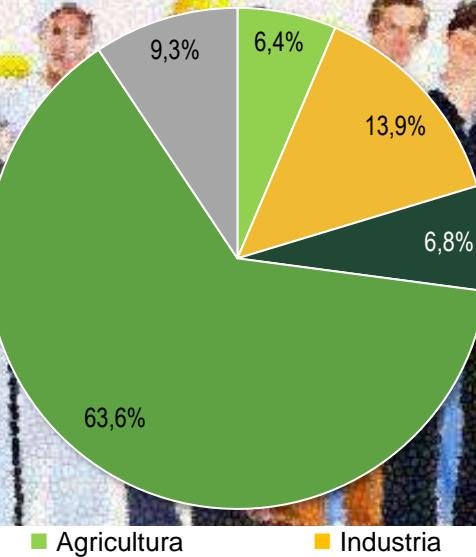
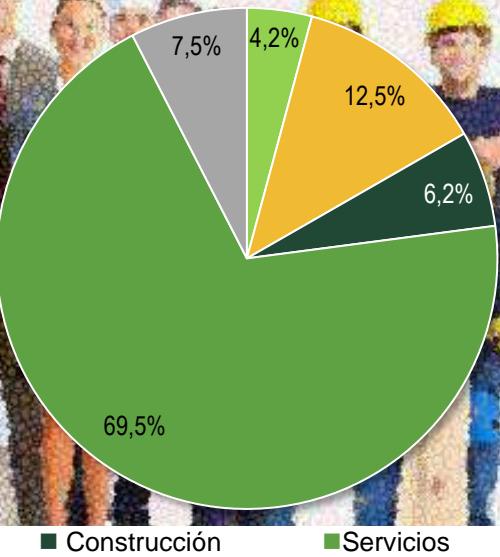


Gráfico 3.15 Población activa por sectores productivos en España



Elaboración propia. FUENTE: EPA. Instituto Nacional de Estadística

La industria contra en Castilla-La Mancha al 13,9% de su población activa, frente al 12,5% que este sector representa en el conjunto de España. Es mayor el peso de los activos en el sector secundario de la región, como lo era al medir la aportación al PIB, sin embargo la diferencia es mucho menos, siendo en cuanto al peso de los activos de 1,4 puntos porcentuales, mientras que en relación al PIB, sobrepasaba los 6 puntos en la comparativa entre los dos niveles territoriales.

En el sector primario, la autonomía vuelve a demostrar su carácter rural, pues según la EPA aglutina al 6,4% de la población activa. Si se recuerda el porcentaje que la agricultura aporta al PIB regional, la proporción en cuanto a la actividad es menor, al contrario de lo que ocurre a nivel nacional, donde la agricultura tiene un peso del 2,6% del PIB pero contiene al 4,2% de la población activa. Este hecho puede ser indicativo de que el sector primario en Castilla-La Mancha es bastante competitivo.

En el nivel provincial, como ocurría en el conjunto de la comunidad autónoma sigue siendo el sector terciario el que más población activa aglutina, siendo muy llamativo el peso que tiene en Guadalajara, donde se integran 1 de 4 de los habitantes en situación activa de esta provincia. Por el contrario, Cuenca presenta el nivel más bajo de activos en los servicios, bastante alejado de las

medias nacionales y autonómica con una 56,7%. La siguiente provincia con un porcentaje más bajo de población activa en los servicios en Ciudad Real, pero supera por algunas décimas el 60%.

Es también Cuenca, la demarcación en la que vuelve a tener más peso en la agricultura, también ante este criterio, con un 12,2%, seguida otra vez la provincia ciudadrealeña aunque con una diferencia de 4 puntos porcentuales, y con uno menos, con un 7,8% el tercer puesto lo ocupa Albacete. Por el contrario, muy lejos de todas las demás, Guadalajara sólo tiene un 1,2% de población activa dedicada al sector primario.

Tabla 3.5 Población activa por sectores y provincias

	Albacete	C. Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo	C-LM	España
Agricultura	7,8%	8,8%	12,2%	1,2%	4,5%	6,4%	4,2%
Industria	12,1%	14,4%	18,2%	11,1%	14,6%	13,9%	12,5%
Construcción	4,8%	7,5%	6,1%	6,0%	7,8%	6,8%	6,2%
Servicios	64,4%	60,3%	56,7%	75,4%	62,4%	63,6%	69,5%

Elaboración propia. FUENTE: EPA. Instituto Nacional de Estadística

En el sector industrial no se dan grandes de población activa entre las cinco demarcaciones castellanomanchegas en comparación con las medias nacional y autonómica, con la salvedad de los conquenses, donde el porcentaje es del 18,2%. El resto están entre el 12,1% de Albacete y el 14,6% de Toledo. En esta última provincia, junto con la Ciudad Real, se encuentra el mayor peso de la construcción con un 7,8% y 7,5% de sus poblaciones activas, casi un punto porcentual por encima de las medias estatal y regional. Por el contrario, la tasa más baja en este sector es la de Albacete, con sólo el 4,8%.

Según la *Encuesta de Población Activa* (EPA), publicada por el INE para el IV Trimestre de 2020, las proporciones de población activa, los ocupados y los parados no muestran grandes diferencias entre Castilla-La Mancha y el conjunto de España. Al observar las tres tasas que miden estos indicadores, en ninguno de los casos llega a haber más de un punto de diferencia entre ambos niveles territoriales. Casi 1 de 4 españoles y castellanomanchegos son población activa, siendo la tasa regional del 58,6%, cuatro décimas porcentuales superior a la media nacional. En cuanto a la tasa de ocupación, es el dato autonómico el inferior, siendo el 48,4% de la población la que está ocupada, frente al 48,8%. La mayor variación se encuentra en la tasa de paro, pero tan sólo por 7 décimas

porcentuales, el paro entre los castellanomanchegos es superior al del resto de compatriotas, alcanzando el 17,4%.

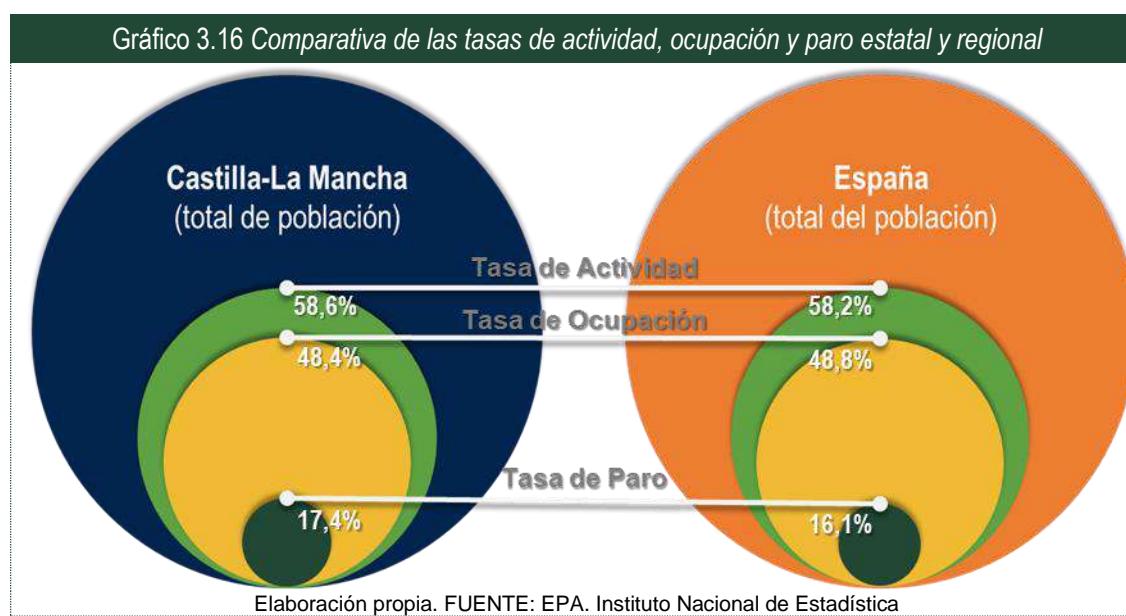
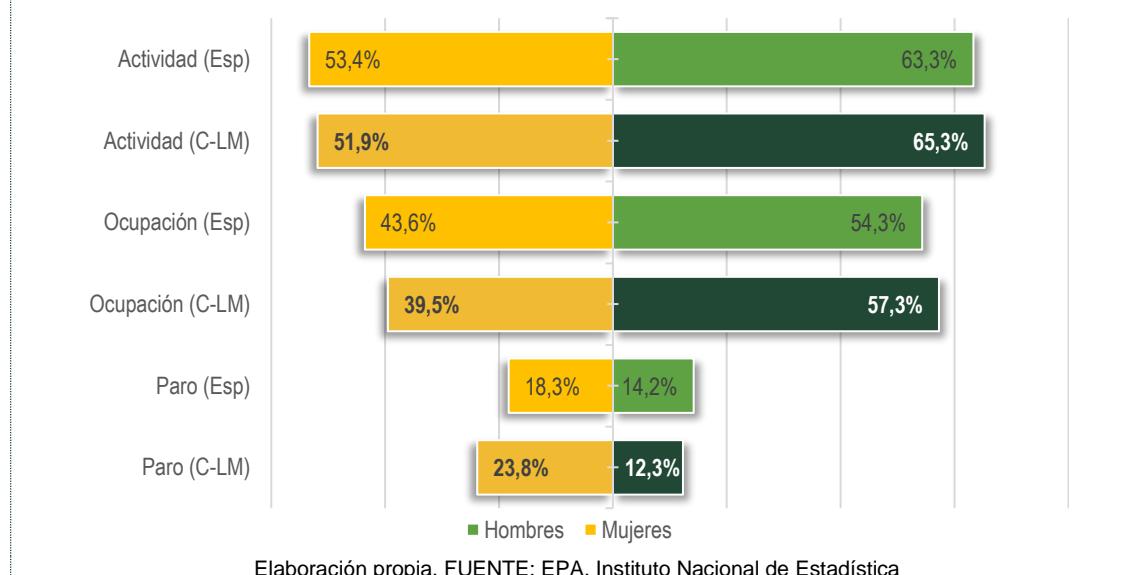


Gráfico 3.17 Comparativa de las tasas de actividad, ocupación y paro estatal y regional por sexos



Al hacer una comparativa de las tasas de actividad por género, se aprecian mayores diferencias, tanto entre los hombres y mujeres, como en los niveles territoriales. Son más los hombres en activo que las mujeres, el 63,3% de los varones españoles y el 65,3% de los castellanomanchegos configuran las respectivas tasas de actividad masculinas. Sin embargo, las tasas femeninas

caen hasta 10 porcentuales, siendo la estatal del 53,4%, y aún más baja en la comunidad, con sólo el 51,9%.

La brecha de género no se queda en la menor población femenina, si no que las mujeres, tienen también, tasas de ocupación más bajas que los hombres y sus tasas de paro, por el contrario, son mayores. El problema siempre se acrecienta en Castilla-La Mancha, respecto de las medias nacionales. De este modo, en el conjunto de España, la ocupación masculina supera en a nivel nacional, dista casi 11 puntos porcentuales de la femenina, siendo esta del 43,6%. Aún mayor es la diferencia en la región. La proporción de ocupados en Castilla-La Mancha es del 57,3%, superior a la nacional, mientras que la ocupación femenina es de sólo 39,5%, casi 20 puntos porcentuales inferior.

De esta forma es el paro femenino regional el dato más sobresaliente de que se puede observar en el Gráfico 3.16. Mientras que el paro masculino, afecta a poco más de 1 de cada 10 hombres en la región, 2 puntos porcentuales por debajo de la media nacional, que está en el 14,2%, entre las mujeres castellanomanchegas, cerca de 1 de cada 4 están en desempleo. El dato que arrojó la última EPA de paro femenino a nivel nacional es también peor que el masculino, alcanzado la tasa de paro femenino el 18,3%, frente al dato indicado para los hombres. Si bien, a nivel nacional la situación es mejor, pues está 5 puntos porcentuales por debajo del 23,8% de paradas que hay en Castilla-La Mancha.

Cabe volver a señalar, que estos datos a diferencia de los que se han venido dando en lo referente a las anteriores cuestiones económicas abordadas, son de plena pandemia de COVID-19. Dado que no se pude obviar la situación que ese vive en este momento, se abordará con más detenimiento este fenómeno y sus consecuencias en las próximas páginas.

Dado que uno de los principales factores que influyen en el estudio, es del despoblamiento de las zonas rurales, además del sexo, se atenderá también a continuación a la afectación de la edad según las tasas de actividad y de paro. Siguiendo con los datos recabados en la última EPA, Castilla-La Mancha mantiene tasas de actividad por edad en una línea muy similar a la del total del estado español. El volumen más alto de la población activa, como no podía ser de otra forma, tiene entre los 25 y los 54 años, en ambos niveles territoriales. En este amplio grupo etario son activos el 87,5% del total de la región, superando el 86,9% de la tasa de actividad nacional para estas edades. 1 de cada 3 españoles en edad de trabajar, pero menores de 25 años estaría ya en activo, bajando la tasa castellanomanchega de este grupo etario al 31,4%.

Tabla 3.6 Tasas de actividad y paro por edades

		Menores de 25 años	De 25 a 54 años	Mayores de 55 años
Tasa de actividad	Castilla-La Mancha	31,4%	87,5%	28,3%
	España	33,1%	86,9%	28,1%
Tasa de paro	Castilla-La Mancha	36,8%	15,8%	17,3%
	España	40,1%	15,1%	12,5%

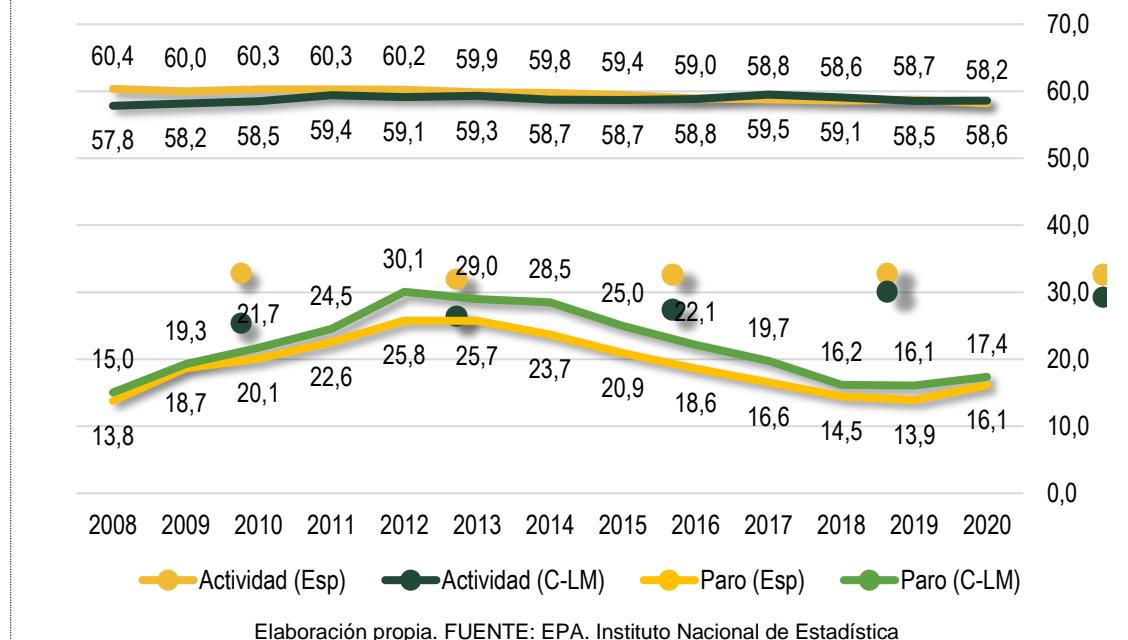
FUENTE: EPA. Instituto Nacional de Estadística

En cuanto a la tasa de paro, son los más jóvenes los que se llevan la peor parte. Aunque en la región el dato es ligeramente mejor que respecto del total estatal, la EPA arrojaba un paro del 36,8% de paro en este grupo etario, mientras que a nivel nacional, la tasa alcanza en 40,1%. En el gran grupo etario, esta tasa se reduce de manera considerable, en torno al 15% tanto a nivel autonómico como nacional. También está más contenido el paro entre los trabajadores que afrontan su última etapa antes de la jubilación, con un 12,5% de paro en España, 5 puntos por encima en la región, alcanzando el 17,3%.

A pesar de la baja tasa de actividad entre los jóvenes, no deja de ser especialmente preocupante el dato del paro que arroja la EPA, que no puede sino hacer saltar las alarmas ante la necesidad de políticas de empleo, mejora empresarial y emprendimiento por parte de todas las administraciones y en los distintos niveles.

Si se observa el Gráfico 3.18, la evolución de las tasas de actividad y de paro es bastante pareja. Comenzando una vez más en 2008, por ser el año de inicio de la que era la última crisis económica y siguiendo así con el mismo criterio de análisis que se viene ofreciendo con magnitudes anteriores; se observa como la quiebra del sistema afectó a la población. Aunque las tasas de actividad se mantuvieron estables, y se dibujan como líneas casi rectas en el gráfico, las de paro tuvieron un crecimiento importante desde 2008, con mayor afectación en Castilla-La Mancha que en el conjunto de España.

Gráfico 3.18 Comparativa de las tasas de actividad, ocupación y paro estatal y regional por sexos



Durante todo el periodo las tasas de actividad han sido cercanas al 60% y siempre ligeramente más altas a nivel nacional que regional. Esta tasa ha fluctuado entre los datos máximo y mínimo que autonomía marcaron en 2008. Ese año la tasa castellanomanchega fue del 57,8%, la más baja en el todo el gráfico, mientras que la española fue del 60,4%, siendo la más alta. El comportamiento de la tasa de actividad regional ha sido más estable durante estos 12 años, y al finalizar la serie había crecido 8 décimas porcentuales, alcanzando el 58,6%. Por el contrario, y aunque como se está señalando las fluctuaciones durante el periodo estudiado no han sido radicales, la tasa española ha ido descendiendo hasta cerrar 2020 unas décimas por debajo de la tasa de actividad regional, registrando un 58,2%.

En paro, la región se lleva la peor parte de la crisis de 2008. En una curva ascendente que tuvo su pico en 2012, la comunidad autónoma llegó a una tasa de paro del 30,1%, duplicando la de 2008. En 2009 el paro subió más de 4 puntos llegando al 19,3% y desde ese año se mantuvo por encima del 20% hasta que en 2017 disminuyó al 19,7%. Viendo la curva en el gráfico, se aprecia que los efectos de la crisis fueron muy inmediatos, destruyéndose empleo mucho más rápido lo que se volvió a crear, tanto en Castilla-La Mancha como en total de España. De hecho, a pesar de la recuperación, en ninguno de los niveles territoriales se ha vuelto a alcanzar tasa de paro tan bajas como las de 2008.

La evolución del conjunto del estado, aunque sigue la misma tendencia ha sido algo más favorable. Se partía en 2008 de una tasa del 13,8%, y aunque también alcanzó su peor dato en 2013, se quedó en el 25,8%, 4 puntos porcentuales por debajo de la tasa autonómica. La barrera psicológica del 20% se superó un año antes que en la región, en 2016, habiendo mantenido el paro por encima de este porcentajes también desde 2010.

En ambos niveles territoriales se da un pico en la lenta baja de las tasas de paro en el año 2019. Aunque la bajada es muy ligera (de sólo una décima porcentual en la región) respecto a 2018, el pico de tasas mínimas en Castilla-La Mancha es del 16,1%, un punto por encima del mínimo de la serie, que como ya se ha dicho se registró en 2008. A nivel nacional sólo una décima diferencia los datos de 2019 y 2008, quedando en la fecha más actual, una tasa de paro del 13,9%. Para el cierre del 2020, ambas tasas vuelven a subir, pero con más fuerza en el conjunto de España, que suma unas tasas del 16,1%, 2 puntos superior a la anterior, mientras que en Castilla-La Mancha la última tasa de paro publicada por la EPA se encontraba en el 17,4%.

Por provincias, el paro femenino vuelve a ser la negativa, siendo Toledo la provincia con la cifra más alarmante de toda la Tabla 3.6. En este territorio la tasa de paro femenino es del 27,3%, más de 10 puntos por encima de las tasas totales autonómica y nacional y casi 4 puntos porcentuales sobre la tasa de paro de las castellanomanchegas en conjunto, que como ya se indicó, era un muy mal dato. Por el contrario, Cuenca y Guadalajara tienen tasas de paro femenino mejores que la media española, que estaba en el 18,3%. Las paradas guadalajareñas suman una tasa del 17,2% y las conquenses los reducen aún más hasta el 16,5%

El dato de la provincia de Cuenca puede estar determinado porque su tasa de actividad femenina es notablemente baja, sólo el 45,2%. Le sigue Ciudad Real con una tasa del 46,7%. Si bien se recordará que las tasas de actividad entre las mujeres eran inferiores a las de los hombres, y así ocurre también, en el resto de subdivisiones de la región, estas cifras distan bastante de las medias regional y nacional. Las tres provincias restantes, obtienen tasas de actividad de las mujeres por encima de la tasa de Castilla-La Mancha, incluso Toledo y Guadalajara superan la tasa regional, más notablemente en esta última que registró un 56,9%. Se recordará que se hizo mención a la provincia alcarreña, por su bajo para femenino, por lo que los datos por sexos muestran una tendencia bastante positiva.

Tabla 3.7 Tasas de paro y actividad por provincias

Albacete			
	Total	Hombres	Mujeres
Tasa de actividad	58,9	63,95	53,91
Tasa de paro	17,44	11,41	24,53
Ciudad Real			
	Total	Hombres	Mujeres
Tasa de actividad	54,46	62,38	46,74
Tasa de paro	17,49	12,03	24,59
Cuenca			
	Total	Hombres	Mujeres
Tasa de actividad	54,85	64,2	45,23
Tasa de paro	12,73	10,14	16,5
Guadalajara			
	Total	Hombres	Mujeres
Tasa de actividad	62,5	67,89	56,94
Tasa de paro	13,96	11,36	17,17
Toledo			
	Total	Hombres	Mujeres
Tasa de actividad	61,02	67,41	54,52
Tasa de paro	19,85	13,9	27,32

Elaboración propia. FUENTE: EPA. Instituto Nacional de Estadística

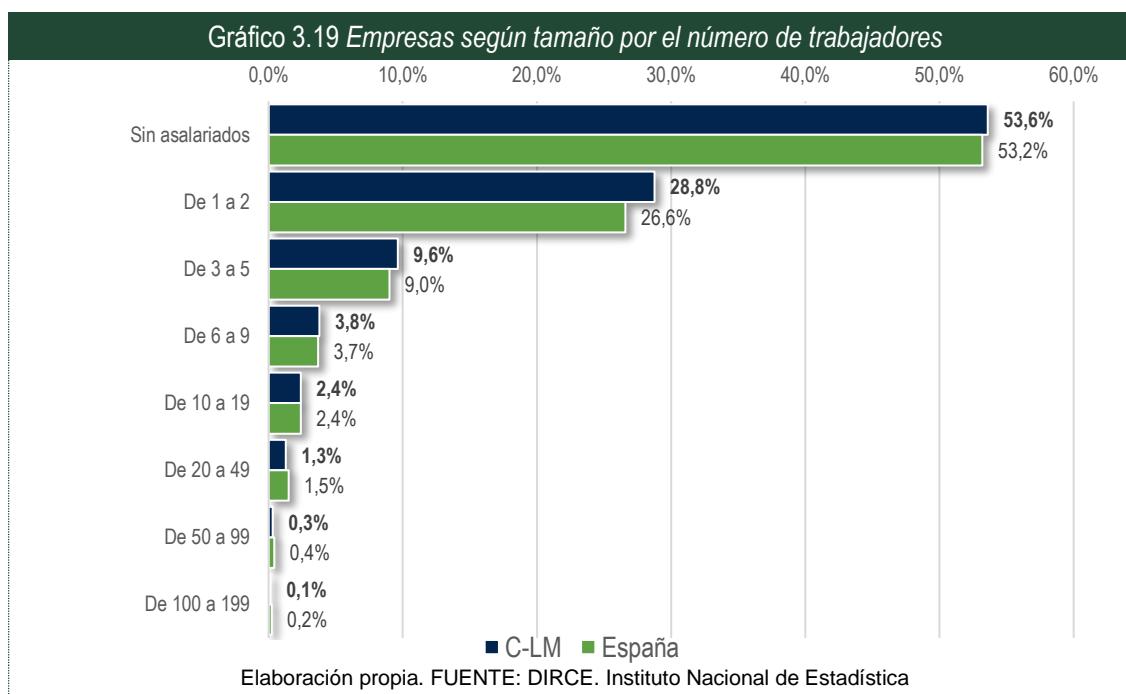
A pesar de estos datos, positivos, incluso la provincia con un mejor posicionamiento de las mujeres está muy lejos de las tasas de los varones. Por su alta tasa femenina, Guadalajara tiene la actividad total más alta de la región, el 62,5%, seguida de Toledo con un 61,0%. Ambas provincias superan las medias regional y nacional. También las provincias con las tasas masculinas más altas, y varios puntos porcentuales por encima de las medias de los niveles territoriales superiores.

En cuanto a las tasas de actividad totales, son Cuenca y Ciudad Real las que presentan cifras más bajas. Con un 54,8% y un 54,5% están por debajo de las tasas autonómica y estatal. En cuanto a las tasas de paro, las dos provincias del sur tienen unas tasas muy similares a la de la región, mientras que las dos provincias nororientales presentan las tasas más bajas, no superando el 14%. Toledo, lastrada por el ya comentado para femenino, vive la peor situación rayan su tasa de paro total el 20%.

El paro masculino es notablemente bajo en las cinco subdivisiones territoriales, situándose en una horquilla entre el 10,1% de la tasa de Cuenca y el 13,9% de la de Toledo, que es más alta de todas y se sitúa por encima de la tasa castellanomanchega, pero llega a superar la tasa nacional.

Siguiendo con los datos oficiales que ofrece el INE, el *Directorio Central de Empresas* (DIRCE) de 2020, contabilizaba **128.713 empresas** en Castilla-La Mancha. Esto supone que el tejido empresarial de la región representa el 3,8% del total de las empresas de España.

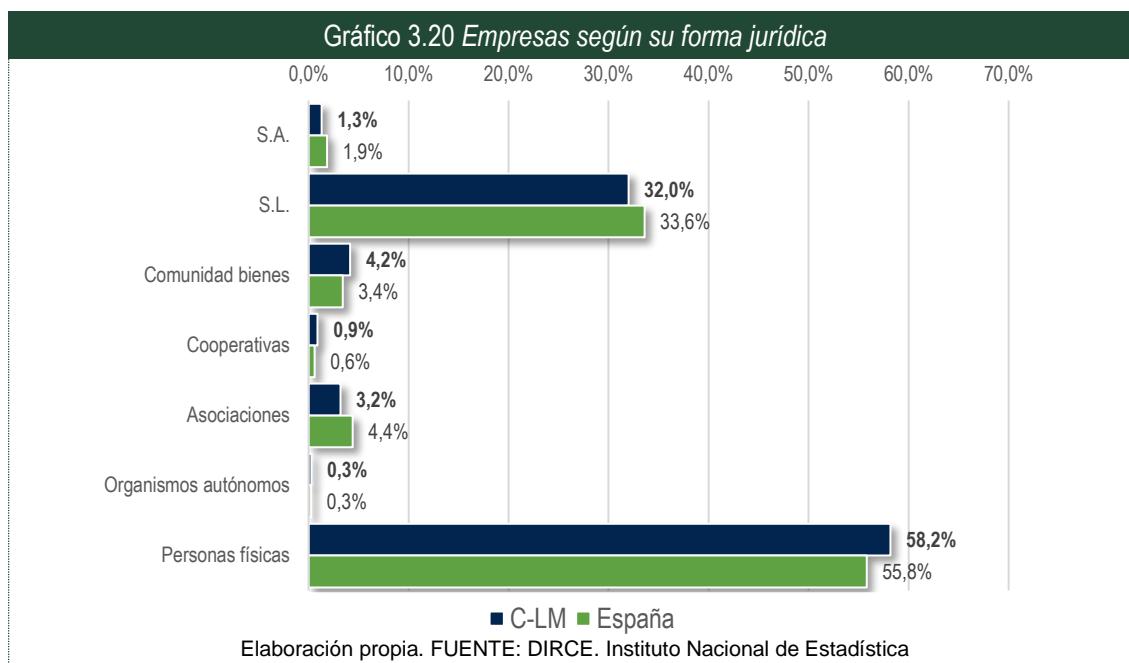
Al observar el tamaño de las empresas según su tamaño relacionado con el número de trabajadores, se observa un tejido empresarial son grandes diferencias entre los niveles territoriales autonómico y estatal. En ambos casos son mayoría las empresas que no tienen trabajadores, superando la mitad de las organizaciones productivas constituidas. Esto supone el 53,6% en la región y el 53,2% en el total nacional.



En el Gráfico 3.19 se ve como la proporción de empresas disminuye cuanto más aumenta el número de trabajadores que representan las barras. Los porcentajes son muy similares en ambos niveles territoriales, difiriendo sólo algunas décimas porcentuales. Así, en torno al 27% de las empresas son pequeñas desde el punto de vista del número de trabajadores, pues sólo contaría con entre 1 y 2

empleados. En el siguiente tramo que recoge las empresas con entre 3 y 5 trabajadores, disminuyen su proporción respecto al total por debajo del 10%, y no llegan al 4%, ni en la autonomía ni a nivel nacional aquellas organizaciones de entre 6 y 9 trabajadores.

La suma de las empresas con tamaños analizados hasta ahora, alcanza el 95,8% de las sociedades o negocios en Castilla-La Mancha, y el 92,9% en total de España, por lo que se puede concluir que las empresas en ambos casos son de pequeño tamaño. Como muestra, en el directorio que se está utilizando para la realización de este análisis, el último tramo contabiliza las empresas con más de 5.000 empleados, que suman en números absolutos 172 en toda España y tan sólo 1 en la región.



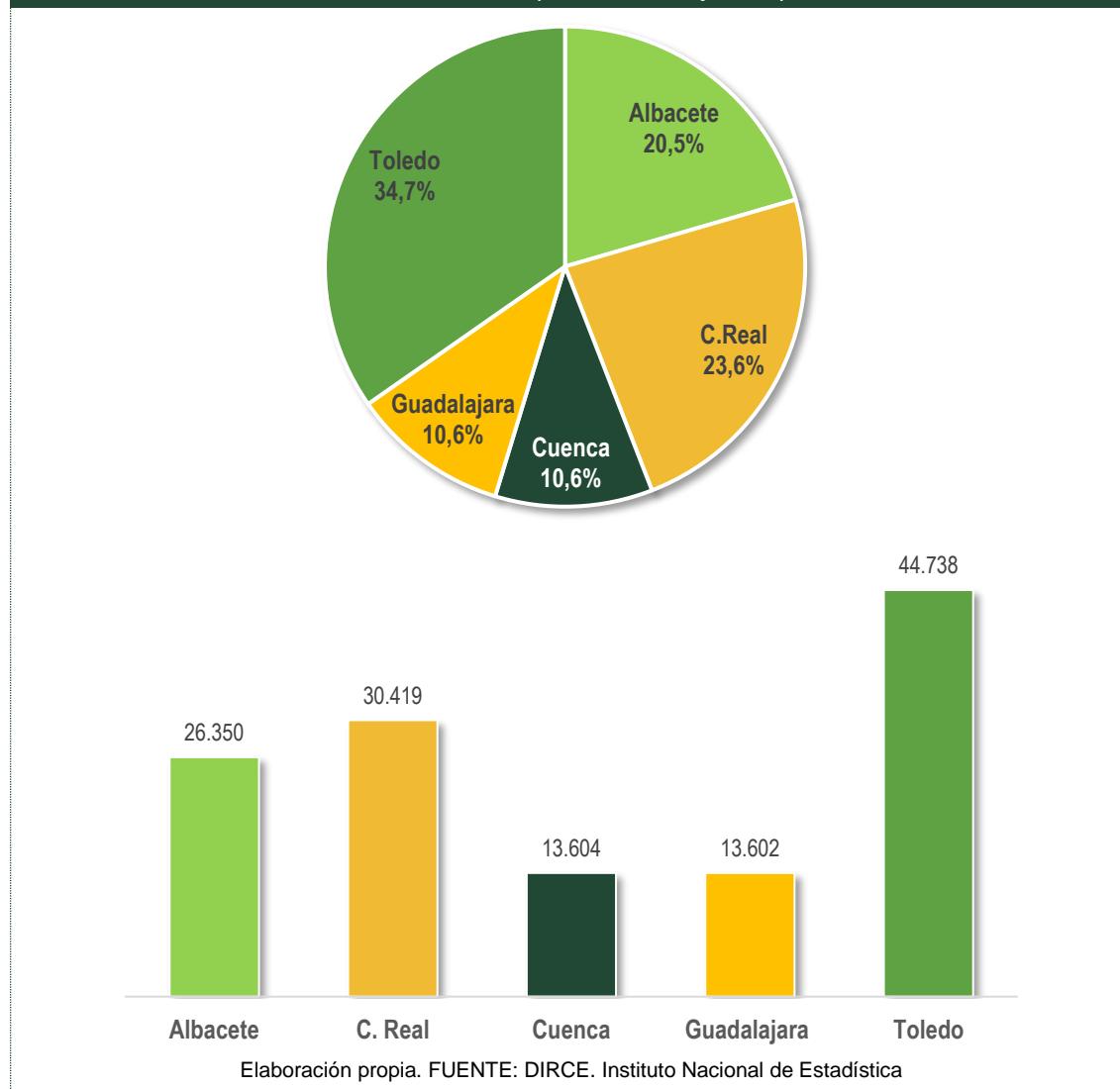
En cuanto a su forma jurídica tampoco hay grandes diferencias significativas entre la región y el total nacional. Más de la mitad de las organizaciones productivas en España las constituyen personas físicas, dato que no sorprende sabiendo que hay un porcentaje similar de negocios que no tienen empleados. En Castilla-La Mancha, esta forma jurídica aglutina al 58,2% de los productores de bienes y servicios. En torno a 1 de cada 3 empresas están constituidas como sociedades de responsabilidad limitada.

Sólo esas dos formas jurídicas, suponen ya el 90,2% del total del tejido empresarial de la región, por lo que el resto de figuras son minoritarias, siendo

un 4,2% las comunidades de bienes, un 3,2% asociaciones y otros tipos, y tan sólo 1,3% las sociedades anónimas. Otras formas no se han incluido, por ser practicante, residuales.

Descendiendo al plano provincial, la mayor parte de las empresas de la región están establecidas en Toledo, donde radican 44.738 organizaciones y personas físicas que suponen el 34,7% del total en la región. Las empresas de Ciudad Real, la segunda en el ranking, son casi una tercera parte menos que las toledanas, en términos absolutos. Sus 30.419 empresas suponen el 23,6%. Las dos provincias occidentales, que son las más pobladas, cuentan de esta manera con casi dos tercios de las organizaciones empresariales.

Gráfico 3.21 *Distribución provincial del tejido empresarial*



Albacete aporta al sector productivo 1 de cada 5 empresas, contabilizándose en total en la provincia 26.350. Por último, Cuenca supera a su vecina del norte por sólo 4 empresas más constituidas en esa provincia, de tal forma que ambas demarcaciones territoriales, tienen el mismo peso en la región, 10,6%. Si se recuerdan los datos poblaciones, las cifras que están analizando suponen uno de los peores datos para Guadalajara, que supera en más de 150.000 habitantes a su provincia limítrofe.

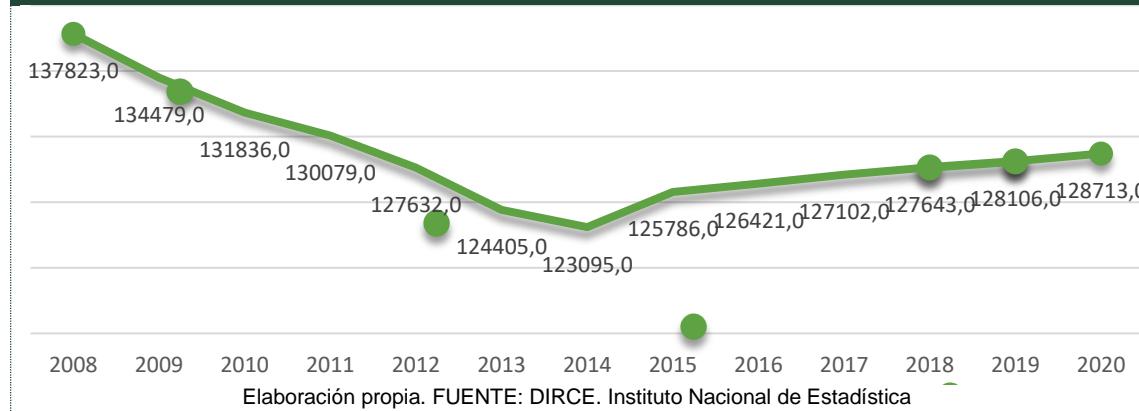
Tabla 3.8 *Porcentajes de empresas por provincias y tamaños de trabajadores*

%	Albacete	C. Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo
<i>Sin asalariados</i>	53,1	52,4	52,3	57,4	54,1
<i>De 1 a 2</i>	28,6	29,1	30,7	27,2	28,5
<i>De 3 a 5</i>	9,9	10,4	9,4	8,7	9,3
<i>De 6 a 9</i>	4,0	4,0	3,5	3,2	3,8
<i>De 10 a 19</i>	2,5	2,4	2,5	1,9	2,4
<i>De 20 a 49</i>	1,4	1,2	1,2	1,0	1,4
<i>Más de 50</i>	0,5	0,6	0,4	0,6	0,5

Elaboración propia. FUENTE: DIRCE. Instituto Nacional de Estadística

En cuanto a los tamaños de las empresas, tampoco se presentan diferencias notables en las proporciones de las 5 provincias con las ya analizadas con anterioridad en los niveles territoriales superiores, siendo en todas las provincias mayoritarias las empresas que no tienen trabajadores.

Gráfico 3.22 *Evolución del número de empresas tras la crisis de 2008*



Por último, recurriendo de nuevo al DIRCE, se ha hecho una aproximación a la evolución del tejido empresarial en los últimos 12 años, tras el estallido de la

crisis de 2008. En ese año, que se ha tomado en otras ocasiones como referencia, Castilla-La Mancha marcaba un máximo histórico en el número de empresas constituidas, con 137.823 registrada. Desde entonces han desaparecido de la región casi 10.000 empresas, lo que supone un 6,6% menos de infraestructura productiva. El peor año fue 2014, marcando el mínimo tras 6 años de caída, que redujo las empresas de la región en un 10,7%. Desde ese punto, la recuperación está siendo mucho más lenta que la caída, pero se viene manteniendo, habiéndose recuperado un 4,4% del tejido empresarial que se destruyó.

En resumen, Castilla-La Mancha se encuentra en una situación muy compleja, pues a simple vista puede parecer que se está recuperando lo perdido tras la anterior crisis económica, y se está creciendo. Sin embargo, en un análisis zonificado se observa con facilidad que no es una región uniforme, que la amenaza de la despoblación se cierne sobre gran parte de su territorio y que sus consecuencias se están haciendo notar de forma evidente.

La recuperación está siendo también lenta y costosa, y no se da en todas las provincias de la misma forma. Además, al estar aún inmersos en la pandemia provocada por el COVID-19, de la que aún no se pueden extraer conclusiones claras y la que se dedicará un espacio en las próximas páginas por su impacto, está generando un nuevo frenazo a la economía y el desarrollo, cunado no incluso una nueva deceleración.



3.1



Perfil de los trabajadores autónomos de la región

Ya en los datos analizados hasta ahora se ha dejado ver la importancia que el trabajo autónomo tiene para la región. Ante el problema del despoblamiento, el autoempleo se revela como una herramienta necesaria para generar trabajo y

riqueza en las zonas que se van deprimiendo, y puede ser la premisa para reactivar la economía.

Si bien, ATA Castilla-La Mancha es consciente, que igual que la región presenta grandes diferencias en su basta territorio, el colectivo de las personas autónomas es también de lo más heterogéneo, incluye diversos tipos, realizan todo tipo de actividades y trabajos y a pesar de ser identificables, son lo conforman personas muy diferentes.

A 31 de diciembre de 2020, según los datos de afiliación de la Seguridad Social, en Castilla-La Mancha había un total de **149.084 personas trabajadoras autónomas**. Esto supone un descenso respecto a la misma fecha de 2019, de sólo un -0,3%. El tomar este dato de forma negativa, se debe a que la bajada no parece especialmente drástica después de 9 meses de pandemia por coronavirus, con cierres de negocios y paralización de las actividades esenciales. Sí bien, aún muchos autónomos resisten en la región, no se ha de obviar que en el pasado 2020 han desaparecido 442 autónomos, y con ellos 442 generadores de riqueza y empleo.

En comparación con el conjunto de España, el dato no es tan positivo, pues el número de autoempleados subió un más que tímido 0,1%, que si bien no es un buen dato, no hay que dejar de tomarlo de forma positiva, ante la situación actual que se está viviendo.

Por provincias, Albacete y Guadalajara suman autónomos en 2020, aumentando respectivamente el 0,5% y un 0,4%, por encima incluso de la variación a nivel nacional. Sin embargo Cuenca ha perdido en este año al -2,1% de sus autónomos. Las provincias occidentales sufren pérdidas más leves, cayendo los cotizantes al *Régimen Especial de Trabajadores Autónomos* (RETA), un -0,6% en Ciudad Real, y un -0,1% en Toledo.

Se presenta también la Tabla 3.8, con la variación intermensual, comparando con los datos del último día de noviembre, pues en la situación de incertidumbre que se vive, cada día que pasa es clave. En ese último mes, presentan valores negativos, Castilla-La Mancha en conjunto, Ciudad y Cuenca. Si bien los valores no son altos, y oscilan entre el -0,2% y el 0,2%.

Tabla 3.9 Autónomos según afiliación y variación interanual

	2019	2020	Variación	Variación (%)
Albacete	29.863	30.026	163	0,5
Ciudad Real	35.659	35.448	-211	-0,6
Cuenca	18.812	18.425	-387	-2,1
Guadalajara	15.035	15.102	67	0,4
Toledo	49.715	49.641	-74	-0,1
Castilla-La Mancha	149.084	148.642	-442	-0,3
España	3.267.428	3.269.541	2.113	0,1

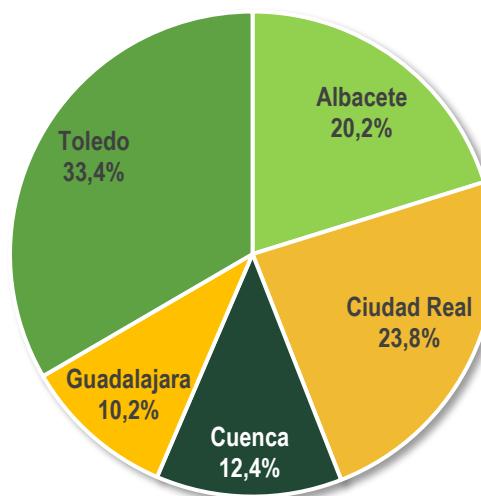
Elaboración propia. FUENTE: Estadísticas de la Seguridad Social

Tabla 3.10 Variación intermensual de los autónomos

	Noviembre 20	Diciembre 20	Variación	Variación (%)
Albacete	30.041	30.026	-15	0,0
Ciudad Real	35.494	35.448	-46	-0,1
Cuenca	18.464	18.425	-39	-0,2
Guadalajara	15.066	15.102	36	0,2
Toledo	49.655	49.641	-14	0,0
Castilla-La Mancha	148.720	148.642	-78	-0,1
España	3.266.910	3.269.541	2.631	0,1

Elaboración propia. FUENTE: Estadísticas de la Seguridad Social

Gráfico 3.23 Volumen de autónomos por provincias



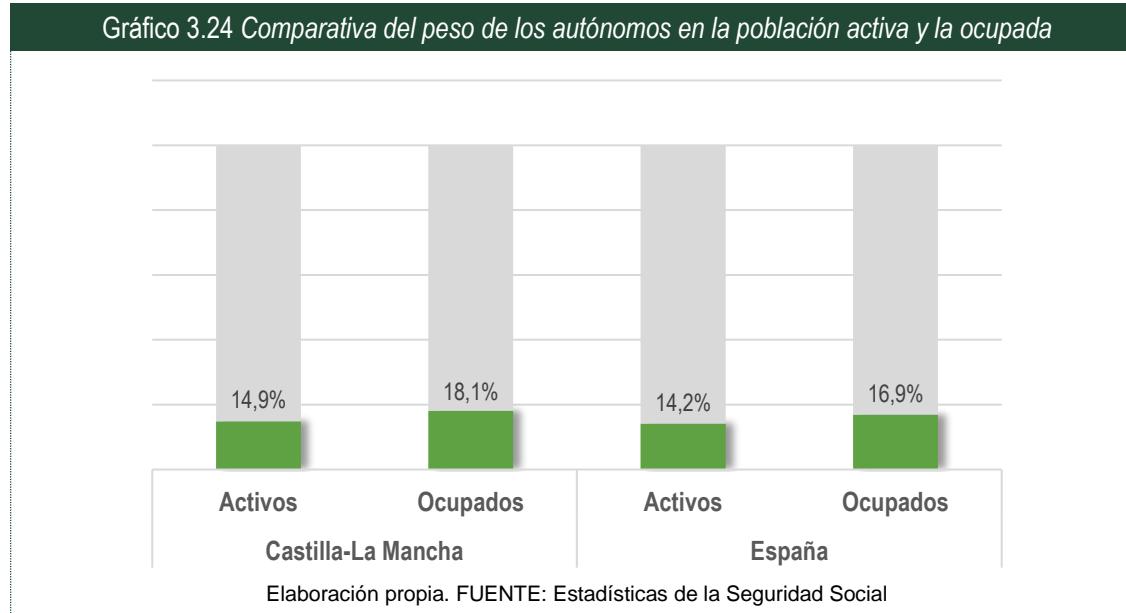
Elaboración propia. FUENTE: Estadísticas de la Seguridad Social

En el conjunto de España, los trabajadores autónomos de la región representan el 4,5%, habiendo descendido esta representación una décima respecto del año anterior. Dentro de Castilla-La Mancha, Toledo es la provincia en la que se concentra un mayor número de autónomos, aportando a 1 de 3 trabajadores por cuenta propia, con casi 50.000 afiliados al RETA. 10 puntos porcentuales por debajo, Ciudad Real reúne al 23,8% de los autónomos de la región, seguida de Albacete, donde desarrollan sus actividades 1 de cada 5.

Cuenca supera en autónomos a Guadalajara, y los de esta provincia representan el 12,4%. El reciente crecimiento de la que tradicionalmente fue la provincia menos extensa y poblada, no se traduce en un mayor número de trabajadores por cuenta propia, a pesar de que, como se recordará, contaba con las tasas de actividad más altas de la región. En esta provincia los inscritos en el régimen especial con pocos más de 15.000.

La importancia del colectivo en la región, queda demostrada al calcular el peso del trabajo autónomo sobre el total de la población activa. En Castilla-La Mancha, los trabajadores por cuenta propia representan el 14,9% de la población activa y el 18,1% de los ocupados. Se sitúan así los autoempleados de la región muy por delante del peso que el colectivo tiene a nivel estatal en cuanto a su peso en la ocupación, que está dos puntos porcentuales por debajo. El peso que tienen en la población activa es prácticamente idéntico al autonómico.

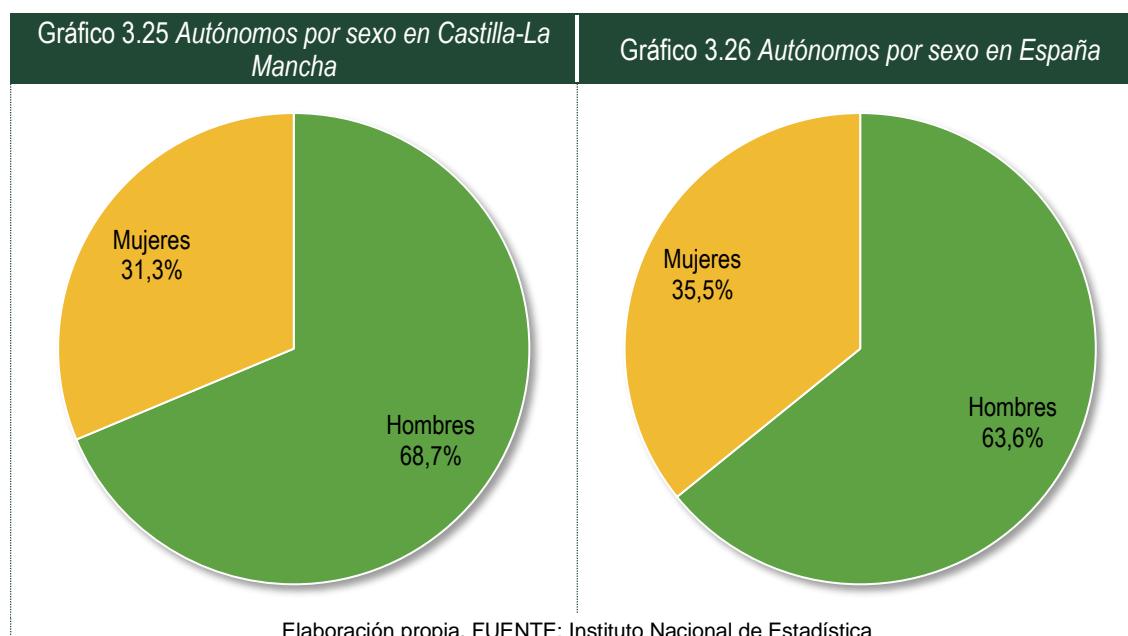
Gráfico 3.24 Comparativa del peso de los autónomos en la población activa y la ocupada



La importancia de este dato radica no sólo en el peso que supone el autoempleo para los sitios en los que los autónomos decidan instalarse, sino también en que los trabajadores por cuenta propia son la base de la economía productiva. Los trabajadores por cuenta propia constituyen en sí mismos empresas que necesitan de otros servicios, proveedores, que contratan personal, y en definitiva activan la economía. Su peso porcentaje en comparación con las tasas de ocupación y actividad, no son meros porcentajes de formas de empleabilidad, si no que suponen la primera semilla para la creación de tejido económico y productivo.

Por sexos las mujeres siguen estando muy detrás de los varones, más aún en la comunidad que en el total nacional. Aunque ellas han crecido ligeramente en este 2020, respecto a 2019, sólo aumentan en una décima porcentual respecto a los hombres.

De este modo, las mujeres autónomas castellanomanchegas son el 31,3% de, colectivo, 4 puntos porcentuales por debajo de su marca a nivel nacional, que alcanza el 35,5%. Si se recuerdan las tasas de actividad, el porcentaje femenino del colectivo regional está en la tónica de lo esperables, dado que la tasa de actividad de las mujeres era siempre inferior en la región, de los que lo era en el conjunto del estado. Si bien, no se debe dejar de pensar en buscar medidas que encauzen esta situación a cuotas más paritarias.



En las provincias castellanomanchegas se sigue la misma tónica que el conjunto de la comunidad, con la excepción de Cuenca, que dónde sus autónomas rozan

sin llegar el 30% de peso en el colectivo, el resto registran un 31% idéntico al del total regional. Las variaciones con el año anterior, son mínimas, e inferiores a un punto porcentual, en todas las provincias y para ambos sexos, excepto en Cuenca, donde las mujeres descienden el -1,3% y los hombres un -2,2%. No es de extrañar que esta circunstancia se dé en la provincia que más parece achacar el problema de la despoblación.

Tabla 3.11 Proporción de mujeres y evolución por sexo y provincia

	Hombres	Variación (%)	Mujeres	Variación (%)	% Mujeres
Albacete	20.660	0,6%	9.390	0,7%	31,2%
Ciudad Real	24.407	-0,7%	11.115	-0,1%	31,3%
Cuenca	12.928	-2,2%	5.522	-1,3%	29,9%
Guadalajara	10.283	0,1%	4.824	0,9%	31,9%
Toledo	33.959	-0,3%	15.749	0,3%	31,7%
Castilla-La Mancha	102.237	-0,4%	46.593	0,1%	31,3%
España	2.097.731	0,2%	1.171.810	-0,2%	35,5%

Elaboración propia. FUENTE: Estadísticas de la Seguridad Social

Tabla 3.12 Autónomos por rama de actividad

	2019	2020	Diferencia	Incremento (%)
Agricultura	24.622	24.677	55	0,2
Industria	12.900	12.236	-664	-5,1
Construcción	20.480	20.848	368	1,8
Comercio	35.959	35.677	-282	-0,8
Transportes	8.715	9.111	396	4,54
Hostelería	12.975	12.653	-322	-2,5
Información y comunicación	1.383	1.403	20	1,5
Financieras y seguros	2.436	2.393	-43	-1,8
Inmobiliarias	819	844	25	3,0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	8.091	8.084	-7	-0,1
Administrativas	3.504	3.501	-3	-0,1
Educación	3.139	3.165	25	0,8
Sanidad	3.533	3.596	63	1,8
Arte y entretenimiento	2.092	2.053	-39	-1,9
Otros sectores	8.530	8.591	61	0,7

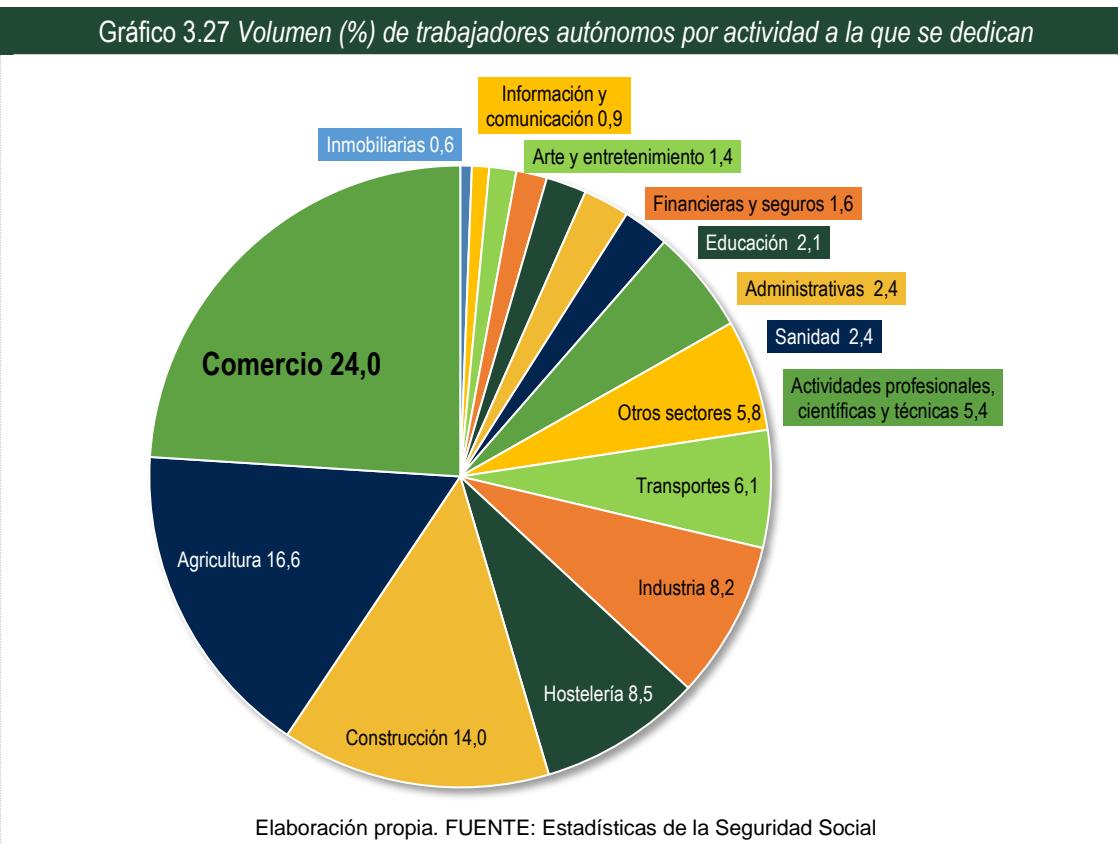
Elaboración propia- FUENTE: Estadísticas de la Seguridad Social

Por sectores, el comercio a pesar de perder el -0,8% de los afiliados al RETA que se dedicaba a esta actividad, continúa siendo mayoritario en Castilla-La Mancha. No en vano el comercio es una de las actividades en las que más reconocibles es la figura del autónomo, como propietario de una tienda, que en muchas ocasiones se gestiona en la familia, incluso en los pueblos y barrios están incluidos en los domicilios de quienes ostentan la propiedad del negocio. Realizaban actividades relacionadas con el comercio un total de 35.677 autónomos de la región en diciembre de 2020.

Sin embargo, no es el negocio el que peor ha capeado el temporal en 2020. La industria ha perdido en el año de la pandemia al -5,1% de sus autónomos, duplicando el porcentaje de la siguiente actividad que más retrocede. Esta segunda actividad, que cayó un -2,5%, es la hostelería. Claramente los meses de cierre forzoso, han dejado tocado al sector de la restauración y el turismo, así como al del entretenimiento, del que han causado baja en el RETA el 1,9% de los que iniciaron el año. Por último, una décima porcentual por debajo, los profesionales dedicados a actividades financieras y de seguro, decrecieron el -1,8%.

En la parte positiva, desde hace años son las inmobiliarias la activada que más notablemente crece año tras año, fruto de la recuperación del mercado de la vivienda. El de resto de los sectores en los que crece el número de personas trabajadoras autónomas, no tienen aumentos tan significativos como los descensos. Las dos actividades que más suben, aumentando un 1,8% la afiliación a la seguridad, como trabajadores por cuenta propia, son la construcción y la sanidad. No es de extrañar que crezca esta segunda actividad, por el creciente y encomiable trabajo y esfuerzo, que los profesionales sanitarios de toda índole, han realizado y siguen realizando.

A fin de conseguir una mejor percepción de la proporción que las actividades representan en el trabajo autónomo, se presenta el Gráfico 3.25, con las actividades ordenadas de mayor a menor volumen de personas trabajadoras autónomas que se dedican a ellas. Como ya se ha señalado, el comercio, con un 24,0% es indiscutiblemente la actividad que aglutina a más autónomos, situándose 8 puntos porcentuales por encima de la siguiente actividad.



Las dos siguientes actividades con mayor número de autónomos son la agricultura, con un 16,6% y la construcción con el 14,0%. Como ya se ha señalado, Castilla-La Mancha sigue siendo una región rural, y dado que la forma empresarial para la mayoría de los trabajadores del campo, que suelen ser propietario de la mayoría de las tierras que cosechan, es la del trabajo autónomo. Por su parte, la construcción, cuyo parón tras la crisis de 2008 supuso un duro golpe para miles de familias en la región, cuenta con cientos de autónomos y PYMES en multitud de pueblos, dedicadas a la subcontratación de obras, aportando mano de obra de todo tipo a las mismas. Los conocidos como “pistoleros”, en muchas ocasiones realizaban traslados de miles de trabajadores hasta la Comunidad de Madrid, cada día.

Por encima del 5% del total de autónomos de la región, están los que se dedican a la hostelería (8,5%), la industria (8,2%), el transporte (6,1%) otros sectores (5,8%) y los dedicados a actividades profesionales científicas y técnicas (5,4%).

Tabla 3.13 Comparativa de las actividades en función de la proporción de autónomos a nivel nacional y autonómico

	Castilla-La Mancha		España	
	Peso (%)	Variación (%)	Peso (%)	Variación (%)
Agricultura	16,6	0,2	8,1	-0,14
Industria	8,2	-5,1	6,6	-2,1
Construcción	14,0	1,8	11,9	1,9
Comercio	24,0	-0,8	23,5	-1,3
Transportes	6,1	4,5	6,5	3,9
Hostelería	8,5	-2,5	9,7	-1,6
Información y comunicación	0,9	1,5	2,1	2,6
Financieras y seguros	1,6	-1,8	1,8	-0,3
Inmobiliarias	0,6	3,0	1,5	0,8
Actividades profesionales, científicas y técnicas	5,4	-0,1	9,0	1,3
Administrativas	2,4	-0,1	4,0	-0,2
Educación	2,1	0,8	2,8	-0,1
Sanidad	2,4	1,8	3,7	2,3
Arte y entretenimiento	1,4	-1,9	2,2	-1,1
Otros sectores	5,8	0,7	6,5	-0,1

Elaboración propia- FUENTE. Estadísticas de la Seguridad Social

En comparación con la evolución por sectores del total del estado, no se encuentra ninguna actividad que pierda tantos autónomos como los hacen los de la industria en Castilla-La Mancha. Si bien, es esta la actividad que se deja más autónomos en el último año, pero con sólo un -2,1%. También la hostelería sufre un duro revés, pero de sólo el -1,6%, un punto porcentual menos que en la región.

A nivel nacional es mucho menor el peso de los agricultores. Con un 8,1% representan la mitad de peso que a nivel autonómico. En todo caso, repiten en los primeros la construcción, aunque 3 puntos por debajo respecto a la comunidad, y en un porcentaje muy similar, el 23,5%, es también el comercio la principal ocupación de los autónomos.

Tabla 3.14 Autónomos por ramas de actividad y provincia

	AB	CR	CU	GU	TO	C-LM	Esp.
Agricultura	15,1	29,6	19,3	12,4	12,0	16,6	8,1
Industria	9,1	6,9	7,2	4,9	9,9	8,2	6,6
Construcción	12,0	12,8	12,3	17,7	15,8	14,0	11,9
Comercio	25,8	19,6	25,6	20,8	24,3	24,0	23,5
Transportes	6,5	5,9	5,7	6,4	6,2	6,1	6,5
Hostelería	9,2	9,1	7,8	10,0	7,9	8,5	9,7
Información y comunicación	0,9	0,5	0,8	1,6	1,0	0,9	2,1
Financieras y seguros	1,7	1,2	1,7	1,6	1,7	1,6	1,8
Inmobiliarias	0,6	0,2	0,4	0,9	0,7	0,6	1,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas	5,5	4,2	5,4	6,6	5,5	5,4	9,0
Administrativas	2,2	1,2	1,9	3,8	2,8	2,4	4,0
Educación	1,9	1,4	2,3	2,7	2,3	2,1	2,9
Sanidad	2,6	1,6	2,4	2,8	2,5	2,4	3,7
Arte y entretenimiento	1,4	1,0	1,3	1,9	1,4	1,4	2,2
Otros sectores	5,6	4,6	5,8	5,6	6,3	5,8	6,5

Elaboración propia- FUENTE. Estadísticas de la Seguridad Social

Como muestra la Tabla 3.12, el comercio es en todas las provincias las activada que tienen un mayor peso. Destaca la cantidad de autónomos dedicados a la agricultura en Cuenca, 1 de cada 4, y el bajo porcentajes de industriales que tiene el colectivo en Guadalajara.

3.1.1 Análisis de la situación de los autónomos por parte del comité de personas expertas

Como apoyo de este punto documental, con el que se pretendía sentar las bases del trabajo, se quiso contar con la opinión real actualizada que podían dar los expertos, como personas conocedoras de la realidad de la región. De este modo, se les pidió un análisis DAFO sobre la situación presente del colectivo del trabajo autónomo en la región.

La técnica conocida como **Análisis DAFO** trata de identificar las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de un determinado, colectivo u

organización ante una situación o un momento concreto. Esta técnica, atribuida al investigador del *Instituto de Investigaciones de Stanford*, *Albert S. Humphrey*, pretende ser una herramienta para analizar la situación actual de una determinada cuestión, organización, etc; con el fin de establecer estrategias a futuro. A pesar de nacer como un modelo de utilidad empresarial, a día de hoy se aplica a multitud de ámbitos, y es una de las herramientas de análisis más comunes.

De este modo, los miembros del comité de expertos, consideraron en sus entrevistas las siguientes características del colectivo de trabajo autónomo en Castilla-La Mancha, según los criterios de la técnica empleada.

■ Debilidades

- Resistencia al cambio.
- Malas conexiones: carreteras, comunicaciones.
- Dependiendo del sector, poco movimiento económico.
- Jornadas laborales muy largas.
- Bajo nivel de digitalización.
- Escaso nivel de conocimiento de las ayudas.
- Pérdida de la intermediación por las nuevas tecnologías.
- Desánimo por la pandemia.
- Aumento del comercio online.

En vista de las opiniones individuales, se pueden ver 2 ideas genéricas en las que se pueden englobar las debilidades del colectivo autónomo:

1. Complejidades inherentes al trabajo autónomo
2. Falta de competencias: digitales, conocimiento de la administración y adaptación al cambio.

■ Amenazas

- Liquidez insuficiente para afrontar la crisis COVID-19.
- Inestabilidad económica.
- Menor protección social.

- Morosidad y largos plazos de cobro.
- Alta presión fiscal.
- Rigidez de la Seguridad Social.
- La banca, muchos intereses y poco crédito.
- No hay stocks por las bajas ventas en los sectores que trabajan con fábricas bajo pedido.
- Grandes superficies.

Las amenazas a las que se enfrenta el conjunto del colectivo del trabajo autónomo se resumen en:

- 1.** Falta de liquidez y dificultad de financiación.
- 2.** Baja protección social.
- 3.** Alta carga impositiva.
- 4.** Gran competencia para un colectivo débil.

■ Fortalezas

- Amplia experiencia.
- Alta especialización.
- Poca competencia en caso de diferenciación.
- Publicidad (más económica) y boca a boca.
- Alto nivel de cualificación.
- Ventajas estratégicas.
- Conocimiento global de sus clientes.
- Los autónomos están aumentando.
- No se rinden ya que arriesgan su patrimonio.

Como con los anteriores aspectos de este análisis, se observan hasta 3 fortalezas que pueden resumir la anterior lista:

- 1.** El perfil propio el autónomo: con experiencia, especializados y formados
- 2.** Conocen al cliente
- 3.** Cuentan con empeño y cada día con más.

■ Oportunidades

- Reciclaje profesional y reconversión de actividades.
- Cercanía geográfica a Madrid y la Comunidad Valenciana.
- Plan europeo de apoyo a zonas rurales.
- Posibilidad de difusión online.
- Fomento del trabajo autónomo.
- Facilidades en el nuevo panorama tecnológico.

Por último, la lista de oportunidades, también se puede resumir, en las siguientes ideas:

1. Planes de ayuda públicos, tanto por la región, como para el fomento del trabajo autónomo.
2. Posibilidades que ofrece la digitalización.
3. Posición geográfica de Castilla-La Mancha.



3.2

Afectación de la pandemia al trabajo autónomo

La pandemia de la COVID-19 ha generado un impacto que va más allá de la vida de millones de personas en todo el mundo. Ha sido una pandemia inesperada que ha golpeado duramente los pilares económicos, sociales y sanitarios de todos los países, poniendo a prueba su robustez y capacidad de implementar medidas que permitan, de forma conjunta, paliar la ralentización de la economía con salvar vidas.

Los volúmenes de producción se han visto gravemente afectados, se han producido disrupciones en las cadenas de suministro y distribución y, el sector

financiero en las empresas y mercados de valores, ha sufrido un fuerte impacto negativo.

Gran parte de productores y fabricantes de bienes de consumo dependen de los componentes y materias primas procedentes de otros países altamente afectados por la COVID-19, por lo que muchas empresas en general y, las pymes y autónomos en particular, han visto afectado su producción, repercutiendo en la venta y objetivos financieros.

La desaceleración de la actividad económica en nuestro país ya es latente, los indicadores económicos así lo confirman en los últimos meses, y las medidas restrictivas en cada país en materia de transporte no facilita la producción y rentabilidad de muchas empresas.

El sector comercio, actividad productiva que nos ataña en este informe, es de inmensa importancia para todos los países de la OCDE. Es el encargado de suministrar a los consumidores productos de abastecimiento, en su mayoría, representando el 5% del PIB y generando empleo.

La COVID-19 se ha ensañado gravemente con el sector comercio y la gravedad del impacto difiere entre las tiendas físicas y las tiendas on line, entre las tiendas de artículos esencial y las de artículos no esenciales, entre los comerciantes pequeños y los grandes.

El impacto general sobre el sector comercio es grande, no debemos olvidar que es un peso pesado en términos económicos y más aún, sirve sobre todo a la demanda final.

El sector comercio ocupa una posición importante en las cadenas de valor, como proveedor para hogares y también como punto de venta a distintos usuarios. Y más importante aún, suele complementar a actividades en otros sectores altamente afectados, como es el caso del turismo.

El comercio se caracteriza por ser intensivo en mano de obra, por lo que cualquier incidencia de índole económico o social que pueda afectarle, repercute de manera desproporcionada en el empleo.

Además, es un sector caracterizado por trabajadores con salarios bajos, jornada parcial, que no son plenamente cubiertos en su mayoría por las medidas de

protección social, lo que supone que agrava aún más las consecuencias sociales de la crisis del sector comercio.

Es necesario resaltar que los efectos directos e indirectos por la COVID-19 en el sector comercio ha sido heterogéneo, según las medidas implementadas por los gobiernos centrales, regionales y locales para contraer la propagación del virus.

El efecto de las medidas de distanciamiento social en el sector comercio depende de si la actividad es considerada esencial o no. La mayoría de las actividades del comercio no consideradas esenciales por el gobierno se vieron forzadas a interrumpir su actividad. Otras, están desarrollando su actividad en condiciones difíciles, como la reducción en la plantilla de sus trabajadores, interrupciones en las cadenas de suministro y variaciones en las condiciones laborales, que no facilitan el mantenimiento y supervivencia de los negocios.

El confinamiento, junto a las medidas de distanciamiento social han afectado en mayor proporción a las tiendas físicas que a las operadoras on line, siendo éstas últimas más beneficiadas por adaptarse a variaciones en la demanda de productos con mayor solvencia.

En definitiva, es destacable la coexistencia de empresas de actividades diferentes para afrontar la crisis económica sobrevenida, reajustando sus líneas estratégicas y de operaciones con la liquidez existente y el escaso acceso a financiación externa. Además, todo ello, con un horizonte incierto y sin posibilidad de estimar con exactitud el final de la desaceleración y, por consiguiente, la recuperación de la economía.

En España, el Gobierno, reunido en Consejo de Ministros extraordinario el pasado mes de marzo y presidido por el presidente, Pedro Sánchez, aprobó declarar el Estado de Alarma en todo el territorio nacional por un periodo de quince días, para afrontar la situación de emergencia sanitaria provocada por la COVID-19.

En el **Boletín Oficial del Estado del sábado 14 de marzo de 2020** se publicó el *Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el Estado de Alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19* que entró en vigor en el momento de su publicación.

Una vez publicado el *Real Decreto 463/2020 con fecha 20 de marzo de 2020*, se publicó una nota sobre la competencia judicial para conocer de recursos contra

las órdenes, resoluciones, disposiciones e instrucciones interpretativas dictadas en aplicación del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declaró el Estado de Alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19.

Es reseñable mencionar que, el pasado 15 de abril de 2020, la presidenta de la Comisión Europea y el presidente del Consejo Europeo, presentaron la “*Hoja de ruta común europea para el levantamiento de las medidas de contención de la COVID-19*”, con la finalidad de que los distintos Estados miembros de la Unión Europea comenzaran a planificar las distintas fases de la desescalada para minimizar la repercusión en el ámbito sanitario.

A nivel nacional, el Consejo de Ministros aprobó por acuerdo de Consejo de Ministros de 28 de abril de 2020, el denominado el ***Plan para la Transición hacia una Nueva Normalidad***.

El Plan tuvo como finalidad el levantamiento de las medidas de contención y limitación establecidas en el Decreto del Estado de Alarma de forma gradual, asimétrica, coordinada con las CCAA y sobre todo flexible, con la finalidad de poder adaptarse a la evolución de los datos epidemiológicos.

El objetivo se centró en recuperar la normalidad sin poner en riesgo la salud de los ciudadanos y la capacidad del Sistema Nacional de Salud. Como es sabido, el Plan contenía 4 fases de desescalada, la 0, I, II y III en cada una de las cuales se fueron reduciendo y flexibilizando las limitaciones y condiciones impuestas el 14 de marzo de 2020.

La aprobación del *Real Decreto 514/2020, de 8 de mayo, por el que se prorroga el Estado de Alarma declarado por el Real Decreto 463/2020*, habilitó al Ministro de Sanidad, para poder acordar, en el ámbito de su competencia y a propuesta, en su caso, de las comunidades autónomas y de las ciudades de Ceuta y Melilla la progresión de las medidas aplicables en un determinado ámbito territorial, a la vista de la evolución de los indicadores sanitarios, epidemiológicos, sociales, económicos y de movilidad.

Por su parte, el *Real Decreto 537/2020, de 22 de mayo, por el que se prorroga el estado de alarma*, establecía, en su artículo 5, que “la superación de todas las fases previstas en el Plan para la desescalada de las medidas extraordinarias adoptadas para hacer frente a la pandemia de COVID-19, aprobado por el Consejo de Ministros en su reunión de 28 de abril de 2020, determinará que

queden sin efecto las medidas derivadas de la declaración del estado de alarma en las correspondientes provincias, islas o unidades territoriales”.

Por tanto, es importante destacar que incluso antes del 21 de junio de 2020, fecha de finalización del Estado de Alarma, ya había quedado superado para aquellas unidades territoriales que hubieran superado todas las fases.

Por su parte, el *Real Decreto 555/2020, de 5 de junio, por el que se prorroga el Estado de Alarma añade que “la autoridad competente delegada para la adopción, supresión, modulación y ejecución de medidas correspondientes a la fase III del Plan de desescalada será, en ejercicio de sus competencias, exclusivamente quien ostente la Presidencia de la comunidad autónoma, salvo para las medidas vinculadas a la libertad de circulación que excedan el ámbito de la unidad territorial determinada para cada comunidad autónoma”*.

Además, las comunidades autónomas tuvieron las competencias de decidir, con arreglo a criterios sanitarios y epidemiológicos, la superación de la última fase de la desescalada (la fase III) en las diferentes provincias, islas o unidades territoriales de su comunidad y que, en consecuencia, quedasen sin efecto las medidas derivadas de la declaración del estado de alarma en sus respectivos territorios.

Durante el primer Estado de Alarma, fueron múltiples las medidas encaminadas a paliar los efectos arrasadores de la COVID-19, intentando dar cobertura a la mayoría de colectivos afectados. De ahí, que se implementaran con la mayor brevedad posible, ayudas de carácter social, económico y sanitario.

El Estado de Alarma decae al finalizar su última prórroga del 21 de junio, a pesar de que el tránsito de las provincias hacia la nueva normalidad había sido desigual, y muchas no habían alcanzado la Fase III previa a lo que se había denominado la nueva normalidad. Esto supuso a nivel normativo, principalmente, que las comunidades autónomas recuperasen de nuevo todas sus competencias, y de este modo empezarán a establecer sus propias legislaciones y planes para la nueva situación a la que se enfrentasen.

El uso obligatorio de las mascarillas, los aforos y tipos de negocios centraron la labor legislativa y, al igual que el resto de regiones, Castilla-La Mancha aplicó dentro de su propio ámbito territorial las medidas que consideró oportunas en las siguientes oleadas.

La principal norma promulgada de cara a la nueva normalidad y que afectaba al trabajo autónomo, fueron las **Medidas sociales de reactivación del empleo y protección del trabajo autónomo y de competitividad del sector industrial** (Real Decreto-ley 24/2020, de 26 de junio). Para los trabajadores por cuenta propia se contemplaban medidas, principalmente en tres aspectos:

1. Se concedieron exoneraciones en las cuotas a la seguridad social durante los tres meses siguientes.
2. En cuanto a las prestaciones por cese de actividad, se fijaban facilidades para los autónomos con negocios sujetos a temporalidad y una prestación carácter extraordinario para los que viniesen cobrando esta prestación anteriormente.
3. Por último, para aquellos autónomos empleadores, se dieron facilidades para continuar con los ERTEs ampliando el plazo de los que se consideraron de fuerza mayor hasta el 30 de septiembre.

En relación al Plan de Desescalada, Castilla-La Mancha en su Fase 1, destacó por lo siguiente en cuanto a la afectación para el sector comercio.

El pasado 11 de mayo las provincias de Cuenca y Guadalajara se incorporaron a la Fase 1 del Plan para la Transición hacia una nueva normalidad. El lunes 18 de mayo las provincias de Albacete, Ciudad Real y Toledo se incorporaron a la Fase 1. Coinciendo con la desescalada se convirtieron en imprescindibles extremar las principales medidas de protección:

- Distancia de seguridad de dos metros.
- Lavado frecuente de manos.
- Uso de mascarilla.

En la Fase I, en cuanto a:

- Movilidad, los desplazamientos quedaron restringidos a la provincia donde se residía, con excepciones: motivos sanitarios, laborales, profesionales, de retorno al lugar de residencia familiar, asistencia y cuidado de mayores, dependientes o personas con discapacidad o causa de fuerza mayor. Se permitió la movilidad a una segunda vivienda dentro de dicha provincia.

- Reuniones, se permitió el contacto social hasta un máximo de 10 personas, manteniendo la distancia de seguridad de dos metros y, en su defecto, establecer medidas de protección física, además de higiene de manos y etiqueta respiratoria.
- Teletrabajo, siempre que fuese posible, se fomentaron la continuidad del teletrabajo.
- Higiene, se establecieron las medidas de higiene y prevención.
- Franjas horarias para paseos y deporte, se fijó el lunes 25 de mayo para flexibilizar las condiciones para los desplazamientos de la población infantil y la práctica de la actividad física no profesional permitiendo estas actividades en grupos con un máximo de hasta 10 personas, pero manteniendo las franjas horarias.

Para el comercio minorista, en la Fase I:

- Reapertura de los establecimientos y locales comerciales minoristas y de prestación de servicios asimilados siempre que tuviesen una superficie útil de exposición y venta igual o inferior a 400 metros cuadrados, pudiendo, en el caso de superar este límite, acotar el espacio que se reabra al público ajustándose a este umbral, siempre que cumpliesen todos los requisitos siguientes:
 - Que redujesen al 30 por ciento el aforo total en los locales comerciales. En el caso de establecimientos distribuidos en varias plantas, la presencia de clientes en cada una de ellas deberá guardar esta misma proporción.
 - En cualquier caso, se debió garantizar una distancia mínima de dos metros entre clientes. En los locales comerciales en los que no fuese posible mantener dicha distancia, se permitió únicamente la permanencia dentro del local de un cliente.
 - Que se estableciera un horario de atención con servicio prioritario para mayores de 65 años.
- Reapertura de locales con cita previa, siendo los concesionarios de automoción, las estaciones de inspección técnica de vehículos y los centros de jardinería y viveros de plantas, sea cual fuere su superficie de exposición.
 - Igualmente, pudieron proceder a su reapertura al público las entidades concesionarias de juego público de ámbito estatal, a excepción de aquellas que se encontrasen ubicadas dentro de centros comerciales o parques comerciales, sin acceso directo e independiente desde el exterior.
 - Todos los establecimientos y locales que pudieran proceder a la reapertura al público según lo dispuesto por las autoridades sanitarias, en su caso, sistemas de recogida en el local de los productos adquiridos por teléfono

o en línea, siempre que garantizasen una recogida escalonada que evitase aglomeraciones en interior del local o su acceso.

- Pudo establecerse un sistema de reparto a domicilio preferente para colectivos determinados.
- En el caso de establecimientos y locales comerciales que se encontrasen dentro de parques o centros comerciales, pudieron proceder a su reapertura al público siempre que tuvieran una superficie útil de exposición y venta al público igual o inferior a 400 metros cuadrados o acotasen la misma a este umbral, y contasen con acceso directo e independiente desde la vía pública.

■ **Mercadillos**, cuando así lo decidieran los Ayuntamientos correspondientes, y debiendo comunicar esta decisión al órgano competente en materia de sanidad de la comunidad autónoma, pudiendo proceder a su reapertura los mercados que desarrollasen su actividad al aire libre o de venta no sedentaria en la vía pública, comúnmente denominados mercadillos, dando preferencia a aquellos de productos alimentarios y de primera necesidad y procurando que sobre los productos comercializados en los mismos se garantizase su no manipulación por parte de los consumidores. Los Ayuntamientos establecieron requisitos de distanciamiento entre puestos y condiciones de delimitación del mercado con el objetivo de garantizar la seguridad y distancia entre trabajadores, clientes y viandantes. En todo caso, se garantizó una limitación al veinticinco por ciento de los puestos habituales o autorizados y una afluencia inferior a un tercio del aforo habitual.

Esto quedaría reflejado en la [Orden SND/414/2020, de 16 de mayo, para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional establecidas tras la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 2 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad](#), la [Orden SND/399/2020, de 9 de mayo, para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional establecidas tras la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 1 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad](#) y la [Orden SND/440/2020, de 23 de mayo, por la que se modifican diversas órdenes para una mejor gestión de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 en aplicación del Plan para la transición hacia una nueva normalidad](#).

En relación al Plan de Desescalada, Castilla-La Mancha en su Fase 2, destacó por lo siguiente en cuanto a la afectación para el sector comercio.

El 25 de mayo las provincias de Cuenca y Guadalajara se incorporaron a la Fase 2 del Plan para la Transición hacia una nueva normalidad y el 1 de junio se incorporaron Albacete, Ciudad Real y Toledo lo que implicó una mayor flexibilización de las restricciones frente a la COVID-19. Por lo tanto, a las medidas autorizadas en las Fases 0 y 1 se añadieron las de esta nueva fase.

Para el comercio minorista, en la Fase II:

■ Se procedió a la reapertura de locales y establecimientos comerciales con independencia de su superficie útil de exposición y venta, siempre que cumpliesen los requisitos siguientes:

- Aforo máximo al 40 por ciento de su capacidad. En el caso de establecimientos o locales distribuidos en varias plantas, la presencia de clientes en cada una de ellas debió guardarse en esta misma proporción. En cualquier caso, se garantizó una distancia mínima de dos metros entre clientes, cuando no fuese posible mantener dicha distancia, se permitió únicamente la permanencia dentro del local de un cliente.
- Horario de atención con servicio prioritario para mayores de 65 años.
- Sistema de recogida de los productos adquiridos por teléfono o internet para evitar aglomeraciones.
- Pudo establecerse un sistema de reparto a domicilio preferente para colectivos determinados.

■ Mercadillos que desarrollaron su actividad en la vía pública al aire libre, garantizándose la limitación a un tercio de los puestos habituales o autorizados, limitando la afluencia de clientes de manera que se asegurara el mantenimiento de la distancia de seguridad de dos metros.

- Los Ayuntamientos establecieron requisitos de distanciamiento entre puestos y condiciones de delimitación del mercado con el objetivo de garantizar la seguridad y distancia entre trabajadores, clientes y viandantes.

■ Centros y Parques Comerciales con limitación de aforo total de los mismos al 30 por ciento de sus zonas comunes y al 40 por ciento en cada uno de sus establecimientos comerciales. No se permitió la permanencia de clientes en las zonas comunes, únicamente el tránsito entre establecimientos.

- El uso de aseos familiares y salas de lactancia se restringió a una única familia.
- Se puso a disposición del cliente gel hidroalcohólico y se fomentó el pago por medios electrónicos.
- En el ascensor la ocupación máxima de los mismos fue de una persona, salvo que fuese posible garantizar la separación de dos metros entre ellas, o en aquellos casos de personas que pudieran precisar asistencia.
- Las zonas recreativas permanecieron cerradas.

Esto quedaría reflejado en la Orden SND/440/2020, de 23 de mayo, por la que se modifican diversas órdenes para una mejor gestión de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 en aplicación del Plan para la transición hacia una nueva normalidad y la Orden SND/414/2020, de 16 de mayo, para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional establecidas tras la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 2 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad.

En relación al Plan de Desescalada, Castilla-La Mancha en su Fase 3, destacó por lo siguiente en cuanto a la afectación para el sector comercio.

El 8 de junio las provincias de Cuenca y Guadalajara se incorporaron a la Fase 3 del Plan para la Transición hacia una nueva normalidad y el lunes 15 de junio se incorporaron las provincias de Albacete, Ciudad Real y Toledo, lo que supuso una mayor flexibilización de las restricciones frente a la COVID-19. Por lo tanto, a las medidas autorizadas en las fases anteriores se añaden las de esta nueva fase.

Para el sector comercio, en la Fase III:

- Se procedió a su reapertura con independencia de su superficie útil de exposición y venta, siempre que cumplan todos los requisitos siguientes:
 - Aforo máximo al 50 por ciento de su capacidad. En el caso de establecimientos o locales distribuidos en varias plantas, la presencia de clientes en cada una de ellas debió guardar esta misma proporción.
 - En cualquier caso, se debió garantizar una distancia mínima de dos metros entre clientes, cuando no fuese posible mantener dicha distancia, se permitió únicamente la permanencia dentro del local de un cliente.
 - Horario de atención con servicio prioritario para mayores de 65 años.
 - Sistema de recogida de los productos adquiridos por teléfono o internet para evitar aglomeraciones.
 - Pudo establecerse un sistema de reparto a domicilio preferente para colectivos determinados.
- Mercadillos que desarrollaron su actividad en la vía pública al aire libre, garantizándose la limitación a la mitad de los puestos habituales o autorizados, limitando la afluencia de clientes de manera que se asegurara el mantenimiento de la distancia de seguridad de dos metros.
 - Los Ayuntamientos establecieron requisitos de distanciamiento entre puestos y condiciones de delimitación del mercado con el objetivo de garantizar la seguridad y distancia entre trabajadores, clientes y viandantes.
- Centros y Parques Comerciales con una limitación de aforo al 50 por ciento en cada uno de sus establecimientos.
 - Zonas comunes y recreativas abrieron con el límite del 40 por ciento de su aforo permitido.
 - El uso de aseos familiares y salas de lactancia se restringió a una única familia.
 - Se puso a disposición del cliente gel hidroalcohólico y se fomentó el pago por medios electrónicos.
 - Se veló por respetar la distancia mínima interpersonal de dos metros para evitar aglomeraciones, especialmente en escaleras mecánicas, ascensores, zonas de paso y zonas recreativas.

Esto quedó reflejado en la *Orden SND/458/2020, de 30 de mayo, para la flexibilización de determinadas restricciones de ámbito nacional establecidas tras*

la declaración del estado de alarma en aplicación de la fase 3 del Plan para la transición hacia una nueva normalidad.

Tras un verano relativamente tranquilo en lo que respecta a los indicadores epidemiológicos y, tras observar el incremento en número de contagios experimentado a partir del mes de septiembre, el 9 de octubre de 2020, el gobierno de la nación decretó un segundo Estado de Alarma en la Comunidad de Madrid para contener la propagación de infecciones causadas por el SARS-CoV-2 y resultando de aplicación en el territorio de nueve municipios de la Comunidad Autónoma de Madrid: Alcobendas, Alcorcón, Fuenlabrada, Getafe, Leganés, Madrid, Móstoles, Parla y Torrejón de Ardoz.

Durante esos quince días y, observándose la incidencia acumulada de la enfermedad en todo el territorio nacional, el gobierno anuncia decretar el segundo Estado de Alarma en todo el territorio nacional. Este Estado alarma declarado pro el Real Decreto 926/2020 finalizó a las 00:00 horas del día 9 noviembre de 2020.

El Consejo de Ministros aprobó el día 3 de noviembre una prórroga del Estado de Alarma por un período de 6 meses desde las 00:00 horas del 9 de noviembre de 2020 hasta las 00:00 horas del 9 de mayo de 2021.

Las medidas anti-COVID llevadas a cabo por el Gobierno de Castilla-la Mancha desde el mes de agosto consiguieron estabilizar el número de casos y reducir la presión hospitalaria. En el mes de octubre, solamente se contaba con una localidad confinada, una provincia entera con medidas especiales, así como dos Gerencias de Área Integrada, además de la adopción de medidas con diferentes niveles de restricciones en más de una treintena de localidades.

Las medidas especiales que implementó el Gobierno de Castilla-La Mancha desde mediados del mes de agosto, hicieron posible que el mes de septiembre, ya considerado como segunda ola de la pandemia por coronavirus, pasase desapercibido y sin la presión asistencial en los hospitales que existió en los meses de marzo y abril.

El 19 de agosto se decretó el confinamiento de la localidad albaceteña de Villamalea, al igual que semanas antes se habían decretado medidas especiales en la localidad ciudadrealeña de Socuéllamos. Desde entonces, la Consejería de Sanidad, a través de las Delegaciones Provinciales, fue decretando medidas que abarcaron un confinamiento en Bolaños de Calatrava, medidas especiales en una provincia entera como Toledo, medidas especiales en dos Gerencias de Área Integrada, como las de Ciudad Real y Talavera, más la adopción de medidas particulares en más de una treintena de localidades.

Desde el Gobierno de Castilla-La Mancha se hizo un esfuerzo por concienciar a la ciudadanía mediante llamamientos a la responsabilidad, recomendando la limitación de los encuentros sociales fuera del grupo de convivencia estable y

que los encuentros sociales se limitasen a un máximo de 10 personas incluyendo convivientes.

A la vista de la evolución de los indicadores sanitarios a lo largo del mes de octubre en materia epidemiológica, social, económica y de movilidad, el Gobierno de Castilla-La Mancha decretó la limitación de la libertad de circulación de las personas en horario nocturno el 29 de octubre hasta la finalización del estado de alarma.

En la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, la hora de comienzo de la limitación pasó a ser a las 00:00 horas y la hora de finalización de dicha limitación es a las 6:00.

Así mismo, entró en vigor la limitación de la entrada y salida en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, restringiendo la entrada y salida de personas del territorio de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha en los términos establecidos en el *artículo 6.1 del Real Decreto 926/2020, de 25 de octubre*.

Respecto a la limitación de la permanencia de grupos de personas en espacios públicos y privados en Castilla-La Mancha, la permanencia de grupos de personas en espacios de uso público, tanto cerrados como al aire libre, así como en espacios de uso privado, quedó condicionada a que no se superara el número máximo de seis personas, salvo que se trate de convivientes.

El Gobierno de Castilla-La Mancha estipuló tres niveles de medidas especiales (restricciones) para prevenir el contagio del coronavirus. Niveles 1, 2 y 3. Hay, además, un nivel excepcional, el [confinamiento perimetral](#).

Del nivel 1, el menos restrictivo, al nivel 3, las diferencias básicamente tienen que ver con aforos en la hostelería y cierre de la actividad interior en bares y restaurantes, suspensión de actividades culturales y deportivas, así como espectáculos, incluidos los taurinos y cierre de parques y jardines en horario nocturno. Dentro del sector comercio, los principales afectados fueron los mercadillos, los cuales han sido forzado a someterse a variaciones en cuanto a foro y distancia entre puestos según el nivel en qué se encontrase la zona.

En nivel 2 y 3, las tiendas y demás establecimientos comerciales, extremaron las medidas higiénico-sanitarias, limitando el número de personas en cada momento de acuerdo a la posibilidad de mantener la distancia interpersonal de seguridad de 1,5 metros dentro del establecimiento.

El Decreto 87/2020, de 22 de diciembre, del Presidente de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, por el que se modifica el Decreto 79/2020, de 15 de diciembre, estableció medidas más laxas para que los castellanomanchegos disfrutaran de unas navidades en familia, siempre extremando las precauciones y siguiendo las normas sanitarias en los días más

señalados en términos de movilidad, horarios y agrupación de personas en espacios públicos y privados.

En estos duros meses de invierno, enero y febrero se han distinguido por la presencia de una tercera ola que ha superado en niveles de ingresos y fallecimientos (según territorios) a la primera ola del mes de abril.

A fecha de 12 de enero de 2021, el gobierno de Castilla-La Mancha estableció unas medidas especiales nivel 3 reforzadas para la provincia de Ciudad Real que implicaron el confinamiento perimetral de todos los municipios de la provincia, el cierre total de bares y restaurantes, así como el adelanto del toque de queda a las 22:00.

A día de hoy, y viendo que los datos epidemiológicos marcados por el Ministerio de Sanidad han experimentado un gran descenso, el gobierno de Castilla-La Mancha ha dado luz verde a retrasar el toque de queda, pasando próximamente de las diez de la noche a la medianoche y hasta las siete de la mañana a partir del 3 de marzo.

Para finalizar, queremos incidir en los efectos negativos directos e indirectos que está soportando el sector comercio a consecuencia de los estragos pandémicos de los últimos meses, por lo que instamos a las administraciones públicas a seguir aunando fuerzas e implementando medidas que permitan el impulso y fin de la ralentización del sector con líneas de ayudas que garanticen liquidez a las empresas sin importar el tamaño e impulsen medidas de apoyo a la creación y mantenimiento del empleo.



El comercio en el siglo XXI

El sector comercio es una parte fundamental de la cadena productiva de la economía castellanomanchega dado que engloba al comercio en todas sus dimensiones y formatos.

Consideramos a la actividad comercial como un elemento dinámico dentro de la cadena productiva, generador de empleo, recursos y materiales en todas las ciudades que conforman la región manchega.

El modelo comercial castellanomanchego presenta un equilibrio dinámico entre todas las vertientes posibles dentro la actividad. En constante cambio y evolución, la interacción y diálogo continuo entre los agentes implicados ha sido clave para mantener la supervivencia del sector en tiempos tan complicados y, aún más, tras una pandemia por la COVID-19 tan inesperada por todos y que ha tambaleado los cimientos de nuestra economía.

Pero, además de la intencionalidad y voluntariedad de los profesionales del sector comercio, es imprescindible la necesidad de la formación, el conocimiento y la profesionalización continua para mantener “viva” a las empresas en un nuevo mundo digital que requiere de competencias y habilidades profesionales para desempeñar las funciones laborales de la manera óptima y eficiente posible.

El sector comercial castellanomanchego ha demostrado a lo largo del tiempo su fortaleza durante las diferentes crisis económicas que han asolado nuestro país en las últimas décadas, de ahí que se haya convertido en fundamental el apoyo al empresario comercial en todos sus formatos, así como la potenciación en el diseño e implementación de políticas comerciales adaptadas a las necesidades reales del sector.

La actividad comercial juega un papel relevante en la morfología de la economía castellanomanchega, cumpliendo una función decisiva en cuanto a la transformación morfológica de las ciudades se refiere y es un eje esencial en el mantenimiento de la vida en sociedad.

Las ciudades y el comercio conforman el tandem perfecto pues, un comercio local que goza de buena salud, constituye el mejor instrumento para que una ciudad mantenga su atractivo en general, y en el centro histórico, en particular.

No se puede obviar la conexión existente entre el comercio, el turismo y la cultura. El nexo de unión entre estos sectores facilita la generación y desarrollo



de sinergias que son positivas para el desarrollo de la economía interna castellanomanchega.

Más allá de las relaciones económicas de intercambio de bienes y servicios, el comercio afecta a las interacciones entre las personas de la sociedad, así como a las formas urbanas y territoriales de las mismas.

Por ello, el comercio trata tanto de relaciones económicas como sociales y medioambientales.

La importancia del sector comercio como factor clave en la economía de la región castellanomanchega ha propiciado que sea éste el centro del estudio, encontrándonos en posteriores epígrafes la evolución que ha experimentando en los últimos años y las tendencias futuras, de manera que permita la identificación y detección de las necesidades formativas para que los autónomos adquieran las competencias profesionales necesarias que faciliten la supervivencia, mantenimiento de sus negocios o el emprendimiento de nuevos proyectos empresariales.



4.1



Las nuevas formas de comercio

El comercio es la principal manifestación de la globalización, bien sea con sus efectos positivos o negativos. Por ello, a día de hoy, se hace necesario que las fuerzas del mercado refuerzen los beneficios de la globalización, utilizando todos los mecanismos e instrumentos que ayuden a su sostenimiento y asegurándonos que todos los países (avanzados o en desarrollo) se beneficien por igual, atendiendo a aquéllos que se vean afectados por las transformaciones mediante el diseño e implementación de políticas comerciales eficientes por parte de los gobiernos nacionales.

Uno de los instrumentos para encauzar la globalización es el sistema multilateral de comercio. La Organización Mundial del Comercio (OMC) y la ronda de negociaciones iniciada en 2001 en Doha tuvo como finalidad reequilibrar el sistema mundial de comercio en favor de los países en desarrollo, mediante una mayor apertura de los mercados y nuevas formas comerciales adaptadas a la cambiante realidad del mundo en el siglo XXI.

La sociedad española es consciente que nuestras vidas serían muy diferentes si no existiese el pequeño comercio. A lo largo del S.XXI, el sector comercio ha ido experimentando una considerable evolución, siendo por muchos, la actividad económica con mayor capacidad de adaptabilidad a los cambios constantes que vive, hoy en día, la sociedad en la que nos encontramos.

Una sociedad globalizada que se mueve a un ritmo vertiginoso, altamente exigible en cuanto a formación y competitividad y, demostrando cada día, que aquél que no evoluciona y se reinventa, queda obsoleto y desbancado de la competición comercial.

4.1.1 El comercio tradicional

A día de hoy, el comercio es golpeado por cambios en el consumo y hábitos de los clientes, las preferencias por la rapidez y comodidad del comercio electrónico, la consolidación de grandes superficies como espacios de ocio y cadenas con ofertas constantes o las franquicias que disponen de la financiación suficiente para invertir en publicidad y marketing.

En los últimos años, los autónomos del sector comercio lo han tenido muy difícil para competir frente a gigantes que acaparan la mayor parte de las ofertas y de la atención de la ciudadanía. Es imposible seguir utilizando las mismas técnicas de marketing que funcionaron en el S.XX, o incluso, esperar que los clientes pasen por la puerta del establecimiento atraído por la exposición de sus productos en el escaparate. Hoy, el sector comercio debe ir más allá, adaptarse a los nuevos tiempos y considerar a la tecnología como herramienta fundamental de su negocio. Nos movemos en un mundo digital y, quien no circula en la red, no existe.

El consumidor, actualmente, dispone de mucha más información sobre un producto que años atrás. Conoce sus especificaciones, los diferentes precios por lo que puede adquirir el producto o el servicio, por lo que la decisión de compra es casi inmediata y, en la mayor parte de las ocasiones, sin salir de casa.

Incluso, el pequeño comercio se ha visto perjudicado por no contar con asesores expertos del producto que puedan brindar ese servicio al cliente. Franquicias y grandes superficies cuentan, entre sus empleados, con personal especializado en áreas o categorías según productos, por lo que clientes disponen de un servicio que va más allá de la simple venta de lo demandado.

Pero debemos tener una visión más amplia del comercio tradicional pues, nos ayudaría a identificarlo como una actividad que va más allá de la mera transacción económica que cumple la función de compra y venta. No es así, el sector comercio en general y, el pequeño comercio en particular, cumple una función muy importante, quizás la más importante actualmente, la socialización de las personas, cuestión infravalorada tras la imposición de los nuevos hábitos del consumo. El pequeño comercio, salvaguarda la identidad cultural de las ciudades y, no hay que olvidar, siempre ha sido el motor de generación de empleo y riqueza en cualquier territorio.

El comercio es una potencia turística y cultural que se enfrente a grandes plataformas de e-commerce globales que ganan cada vez más cuota en los mercados, imponiendo tendencias en consumo y necesidades.

Los medios de comunicación digitales se han convertido en un instrumento para revalorizar al comercio tradicional e impedir que desaparezcan como espacios públicos que mantienen una “cultura de mercado” que no desvincula la transacción económica de las relaciones sociales y que se fundamenta en la creación de un tejido social, participando de las actividades de los barrios.

En España, el comercio siempre ha sido nuestro estilo de vida. No se centra en la adquisición del producto o prestación del servicio al cliente, sino su función está ligada a la identidad cultural de la sociedad española y, por lo tanto, este bien de preservarse y conservarse mediante políticas nacionales y regionales que apuesten por el valor del sector comercio.

Al final, solamente aquéllos que compran a última hora, siguen decantándose por el comercio tradicional y presencial o los turistas, seguirán acudiendo al pequeño comercio. El resto de la ciudadanía, ha apostado desde hace años, por

seguir los modelos y hábitos de consumo en grandes superficies, cadenas de suministro y franquicias. En definitiva, el comercio perdió hace décadas al cliente fiel que vuelve una y otra vez al mismo establecimiento.

El comercio tradicional, a pesar de las grandes dificultades que se les presenta actualmente, tiene futuro porque ocupa gran parte del segmento de beneficios al que difícilmente podrán acceder las grandes superficies.

Las perspectivas de la distribución comercial con referencia al pequeño comerciante, se deben ir adaptando al entorno cambiante, aprovechando las ventajas que dispone como la atención más personalizada al cliente, proximidad al mismo y especialización, entre otras.

Es prioritario potenciar el asociacionismo en sus diferentes fórmulas y extensión en todos los niveles, exprimiendo todas las técnicas de marketing al alcance de la mano, al igual que la imagen-marca, la atención, servicios y asesoramiento al cliente.

Se hace necesario una modernización de los mercados y tiendas comerciales de los diferentes barrios de las ciudades con la intención de conseguir mayores cuotas de mercado, las cuales se han visto recortadas en pro de los grandes centros comerciales.

El sector comercio presenta serias debilidades, por lo que exige urgentemente una gran reconversión al igual que otros sectores. Una revolución pacífica y eficaz en la era digital que aborde su transformación como eje central de cualquier proyecto de ciudad.

Unas estrategias para fortalecer el comercio tradicional que tenga como objetivo la satisfacción de las necesidades del consumidor de barrio, estableciendo jerarquías entre los que cohabitan dentro de la misma ciudad, impulsando la integración de los usos comerciales y, todo ello, mediante políticas activas de recuperación de patrimonios inmobiliarios, mejorando el acceso y el entorno.

De igual modo, hay que proteger el uso residencial en los centros históricos, tan degradado por la falta de inversión en conservación y recuperación del patrimonio, limpieza y seguridad. Garantizar la seguridad ciudadana en el comercio, a día de hoy, es pieza clave para que los barrios céntricos de las ciudades conserven su esencia.

Por ello, se requiere la colaboración activa entre las diferentes administraciones regionales y locales, aunando fuerzas para que el compromiso por la supervivencia del comercio tradicional sea más fuerte.

El papel de las tecnologías digitales en la organización del pequeño comercio es la herramienta al servicio de un nuevo modelo de organización, al tiempo que posibilita y abre nuevas dimensiones en las relaciones de producción e intercambio entre el cliente y el comerciante.

4.1.2 Los centros comerciales

Los enormes centros comerciales se convirtieron en el símbolo del consumo y de los hábitos de los ciudadanos a finales del S. XX. Durante los años 80 y 90, se podría afirmar que los centros comerciales y grandes superficiales fueron el gran símbolo de la modernidad, la apertura de las grandes ciudades que veían llegar a centenares de personas día tras día atraídos por la novedad.

Desde el punto de vista institucional y explicativo, la explicación al rápido crecimiento que experimentaron en décadas pasadas las grandes superficies, está vinculado a la escasa regulación autonómica del comercio minorista que presentan muchos territorios. Esta cuestión tiene su importancia, pues la regulación del comercio interior es de competencia autonómica y los modelos de regulación de cada región son bastante dispares a la vez que generadores de ventajas competitivas.

Las elevadas rentas y la concentración demográfica que presentaba gran parte del territorio nacional principios del S.XXI, atrajeron a las grandes empresas de distribución nacionales y extranjeras con intención de expandirse y controlar nuevos mercados a costa del pequeño comercio, a su vez muy dividido entre un segmento más especializado y anclado en la venta de bienes de consumo frecuente, incapaz de competir con los hipermercados o las medianas superficies.

Muchos gobiernos locales se mostraron receptivos a las nuevas iniciativas comerciales, empujados por la necesidad de captar inversiones y dar facilidades a cualquier iniciativa empresarial que supusiera creación de empleo e impulso para la economía local, así como ingresos para las arcas municipales.

Esto ha dado lugar a que nos encontremos al borde de la saturación comercial, generando una incertidumbre en la coyuntura regional pero favoreciendo el impulso por reactivar la economía y la modernización del tejido productivo, fortaleciendo el proceso de articulación e integración territorial.

Desgraciadamente, unas décadas después, los centros comerciales han dejado de ser una suerte de novedad esperada, pasando de moda entre sus pasados demandantes. Quizás, la tendencia no se pueda observar de forma tan visible y clara en muchos territorios como consecuencia de la continuidad en las aperturas de grandes superficies actualmente, habiendo un centro comercial casi en cada esquina, lleno de tiendas y de actividades que permanecen abiertos gran parte del día. Pero lo cierto, es que, debido al surgimiento del comercio electrónico, los centros comerciales presentan una grave crisis.

Gran parte de las cadenas que capitalizaban los centros comerciales y eran motor de su desarrollo, han empezado a dejarlos, cayendo el tráfico general de los mismos frenéticamente.

Los centros comerciales presentan un claro agotamiento en España y, como hemos dicho anteriormente, a pesar de la aparición de nuevas grandes superficies acompañadas de titulares en prensa con motivo de sus inauguraciones.

Durante los años de desaceleración económica sufrida en España en la última década, se han producido el cierre de un gran número de centros surgidos durante la burbuja inmobiliaria.

Los centros comerciales, al igual que el sector comercio tradicional se ha visto golpeado por los hábitos en el consumo de los últimos años. Variaciones que han producido un efecto generalizado que ha llevado a muchos espacios a replantearse su identidad.

La supervivencia de muchos podría estar ligado a que su motor está basado en ocupar espacios a través de la implantación de supermercados en ellos. Las grandes cadenas apuestan por situar a sus supermercados en superficies comerciales que suponen la visita de miles de ciudadanos durante los fines de semana con el fin de incrementar las ventas. El planteamiento ha dado resultado.

Ante esta situación, los centros comerciales están replanteando sus estrategias de cada a las nuevas demandas de consumo del S.XXI.

Es imposible obviar que el comercio electrónico o e-commerce ha tenido un gran impacto en ellos, forzándoles a realizar cambios en sus estructuras que deben convertirse en la esencia del centro comercial.

Hay que plantear y trasladar a la ciudadanía que las grandes superficies van más allá de un espacio de consumo, son espacios de vida en comunidad, por lo que en ellos se fomenta la interacción de las personas, se potencia las relaciones sociales y permiten al ciudadano tener experiencias que internet no puede ofrecer.

Por ello, los centros comerciales se han convertido en espacios con restaurantes y cines, pero también disponen de gimnasios y otros servicios que los convierten en un club social dentro de la ciudad.

4.1.3 El comercio electrónico (e-commerce)

El comercio electrónico se ha convertido en una de las principales actividades económicas del siglo XXI. Este sector ha sido capaz de conseguir un crecimiento sostenido en España, lo cual se traduce en una facturación superior a los 10.000 millones de euros.

El comercio electrónico o e-commerce consiste fundamentalmente en el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión de cartera, gestión logística y en general, todo evento de tipo comercial e intercambio de información llevado a cabo por medio de internet.

Es el intercambio financiero que se realiza, a través de la red, entre personas que pueden estar a una gran distancia física, y que se materializa generalmente por medios de pago electrónicos.

Es un mercado con altas expectativas y de crecimiento exponencial, lo que lleva a gran parte de las empresas a dar el paso al frente para innovar con una tienda

on line con la finalidad de incrementar sus ventanas y expandir sus ámbitos de actuación hacia nuevos horizontes.

A través del comercio electrónico se ofrecen productos y servicios de una forma más cómoda y segura. Ha revolucionado la comunicación empresarial y ha perdido importancia la necesidad de realizar grandes inversiones para asegurar posicionamiento en el mercado pues, esta tipología de comercio se vale de los medios digitales para tal fin.

La digitalización se ha instalado en nuestras casas, teniendo un alto impacto en nuestra sociedad desde hace unos años. El comercio electrónico se ha materializado en una novedosa tendencia para facilitar la vida de los ciudadanos a límites inimaginables.

Los hábitos de consumo han cambiado para dar paso a una era con necesidades jamás pensadas.

Actualmente, prima la visibilidad para atraer clientes e incrementar ventas. por ello, las empresas deben tener una alta presencia en internet de manera efectiva, dejando atrás la simple página corporativa que solo proporciona información.

El comercio electrónico se ha consolidado como una vía de negocio para todos aquellos autónomos que sepan aprovechar sus posibilidades. De ahí, la necesidad de identificar y detectar las necesidades formativas para que autónomos y emprendedores, a través de la formación, puedan adquirir y consolidar habilidades y competencias profesionales actuales demandadas por el mercado laboral en el ámbito digital para aumentar su productividad y mejorar su desempeño profesional.

Los consumidores ya están totalmente acostumbrados a realizar sus compras online y los procedimientos de pago son cada vez más diversos y seguros.

Se han dado grandes éxitos en el área del E Commerce que demuestran la efectividad de una buena tienda online a la hora de mejorar sustancialmente los beneficios de todo tipo de empresas.

En la actualidad el E-Commerce se ha convertido en una herramienta con gran éxito para el mundo de los negocios gracias a la apertura y facilidad de acceso al Internet.

Para poder diferenciar a un negocio “virtual” entre un negocio “real” debemos identificar los tipos de negocio E-Commerce que existen en el mercado:

- B2B (comercio éntre las empresas)
- C2C (Compra y venta de productos y servicios entre particulares)
- B2C (Comercio entre empresas)

El comercio electrónico supone una gran ventaja para toda empresa que quiera expandir su ámbito de actuación en un mundo globalizado. La rapidez y la dimensión que se alcanza facilita a las empresas actuar más allá de los límites de sus fronteras.

Gracias al comercio electrónico se puede efectuar casi cualquier transacción sin moverse de casa. Las empresas instalan una tienda virtual que despliega un catálogo de diversos productos, el cliente selecciona los de su interés y realiza el pago.

Finalmente, el pedido llega a la casa o al ordenador dependiendo del producto seleccionado. Existe un excelente soporte, atención de quejas y procesamiento de devoluciones que se ha convertido en un punto fundamental para la comunicación entre comprador y vendedor. Este sistema cambia totalmente la dinámica de las relaciones cliente-empresa en cuanto al marketing, es la estructura misma de la empresa que cambia.

El comercio electrónico vino para instalarse en nuestras vidas, facilitarnos el día a día, y poniendo a prueba a miles de negocios que aún se mantienen de la única presencia física. Pero, a medida que pasa el tiempo, todos somos conscientes que debemos incorporarnos al mundo digital y, aún más, los empresarios pues, el comercio electrónico le genera las siguientes oportunidades:

- 1.** Creación de oportunidades de negocio y nuevas formas de distribución de sus productos y servicios.
- 2.** Acceso a clientes de cualquier zona geográfica sin limitación, apertura y expansión hacia nuevos mercados.
- 3.** Aumento de la competitividad y calidad de servicio.
- 4.** Respuesta rápida a las necesidades y cadenas de entrega más cortas o inexistentes lo que puede dar lugar a una reducción de precios finales.
- 5.** Control de pedidos y clientes.

En España, el comercio electrónico aún muestra una cierta lejanía respecto a países líderes a nivel internacional por el tamaño y alcance geográfico de sus operaciones.

A pesar de ello, la situación en el sector es positiva en nuestro país, reflejando una evolución creciente en la mayor parte de los indicadores, no mostrando indicios que conduzcan a un comportamiento negativo en los próximos años y más, teniendo en cuenta el carácter favorable y consolidado del hábito de los consumidores o las economías del entorno.

Por lo que atañe al consumidor de comercio electrónico, su perfil puede ser identificado entre edades comprendidas de 25 y 34 años, trabajador activo, residente en grandes núcleos poblacionales y con un nivel de ingresos moderado. Son consumidores acostumbrados a comprar productos relacionados con el ocio y viajes, que se caracterizan por no exigir una presencia física ineludible en una tienda y cuya fuente de información son las webs corporativas o los foros de opinión.

Es un consumidor que realiza todas sus operaciones desde el ordenador, si bien las posibilidades de realizarlo vía móvil están ganando terreno al resto de dispositivos pues, en ellos se aglutan las múltiples funciones que antes solamente podían realizarse desde los ordenadores.

Surge de esta manera, la necesidad de contar con una plataforma de venta adaptada a cualquier dispositivo, que facilite no sólo la adquisición de bienes y servicios, sino también el uso indistinto de canales.

A pesar su importancia, el e-commerce no ha alcanzado todavía su madurez, ostentando un amplio margen de mejora en términos económicos y en cuanto a calidad de servicio.

Además, aún debe luchar con una gran variable, la desconfianza generada por muchos usuarios, tanto en la seguridad del pago como, en la apuesta por otras formas de comercio que no sea la tradicional basada en tienda física.

Para ganar confianza en el usuario, desde las administraciones se han esforzado por legislar e implementar normativa en materia de ciberseguridad que aporte seguridad jurídica a las relaciones virtuales, lo que supone la solución a gran parte de los problemas aun existente en el comercio electrónico.

La falta de contacto físico con el producto o los posibles problemas asociados a las devoluciones y pedidos son algunas de las dudas que también asaltan la mente de los consumidores antes de tomar una decisión. En este sentido, se considera de vital importancia la innovación. Este es el caso de la experimentación con drones en los envíos o los probadores personalizados presentes en algunas tiendas de moda online.

En definitiva, como sector todavía en fase de desarrollo, el e-commerce goza de un amplio margen de mejora en cuanto a su importancia económica



4.2



El comercio castellanomanchego

4.2.1 Normativa europea, nacional y regional del sector comercio

El diseño e implementación de las políticas de comercio interior en la región de Castilla-La Mancha ha girado en torno a la modernización del sector comercio y al establecimiento de una normativa que contribuya al equilibrio de la actividad económica.

Toda política territorial viene influenciada por las tendencias imperantes en Europa, por ello, es necesario destacar que la Unión Europea ha actuado en las últimas décadas en dos áreas diferenciadas en relación con la actividad comercial, defendiendo siempre la libertad de actividad comercial y la circulación de mercancías.

Hay que recordar que el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea planteaba como fin la creación de un mercado único europeo, por lo que, a lo largo de este proceso se han eliminado las antiguas barreras técnicas, jurídicas y administrativas que frenaban la libre circulación dentro de los países miembros.

El Libro Verde de 1996 pretendió reflejar la importancia del sector comercio en cuanto a la generación de empleo y cohesión social, presentando los retos a los que se enfrentaría la actividad en las próximas junto a las líneas que permitiesen mantener la competitividad del mismo.

De añadido, en 1999, el Libro Blanco propuso los recursos necesarios para que las políticas públicas nacionales de los estados miembros, regionales y europeas pudieran ayudar a aumentar la eficacia del sector y los objetivos marcados para el año 2010 en el Consejo Europeo de Lisboa del año 2000.

Desde entonces, la Unión Europea ha demostrado que una de sus prioridades ha sido la consecución y mejora del sector comercio y, así, ha sido reflejado en todas sus políticas, directrices y estrategias.

Un ejemplo de ello y con el objetivo de armonizar las legislaciones nacionales en materia de distribución comercial, destacan la Directiva de Servicios –Directiva 2006/123/CE–, la Directiva 2006/114/CE sobre publicidad engañosa y comparativa, la propuesta de Directiva de Crédito al consumo y el Libro Verde para la revisión del acervo comunitario en materia de defensa de los consumidores.

En el proceso de regulación en el comercio, la última década viene marcada con la aprobación de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista. La Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, estableció un marco legal de mínimos en el sector de la distribución y se dictó teniendo muy presente el reto que supone el constante proceso de modernización de la economía y la necesidad de que la regulación en este ámbito se adecue a la realidad de los mercados.

Los nuevos imperativos derivados de la creciente construcción del mercado interior precisaron modificar la legislación estatal en materia de ordenación del comercio minorista para adaptarla a la nueva normativa comunitaria.

La Ley 17/2009, de 23 de noviembre, sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio, transpuso la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior, que impuso a los Estados miembros la obligación de eliminar todas las trabas jurídicas y barreras administrativas injustificadas a la libertad de establecimiento y de prestación de servicios que se contemplaban en los

artículos 43 y 49 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea (TCE), respectivamente.

Esta norma comunitaria supuso un hito esencial en el proceso de construcción del mercado interior de servicios y su transposición condujo a la modificación de la Ley 7/1996, de 15 de enero, para adecuar su contenido a las exigencias de supresión de trámites innecesarios y de simplificación de procedimientos administrativos en el otorgamiento de las autorizaciones pertinentes en materia de comercio.

La Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista modificó la regulación comercial minorista para adaptarla a lo establecido por la Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior, y dar así cumplimiento al derecho comunitario teniendo en cuenta el nuevo marco en el que se desarrollaba la actividad de comercio al por menor, puesto que estamos ante una economía cada vez más globalizada y liberalizada en la que el mercado de referencia del comerciante es el europeo.

Asimismo, fue preciso considerar a la hora de regular el comercio, las nuevas demandas de los consumidores y los cambios en las pautas y hábitos de consumo de la población, fruto de un nuevo modelo sociocultural, así como las preferencias de los consumidores en relación con los distintos formatos, enseñas comerciales y modalidades de venta.

El pequeño y mediano comercio, junto con los grandes establecimientos comerciales, debían desarrollarse en régimen de libre competencia para que este sector mantuviera su papel fundamental como motor económico en un contexto de continuos cambios provocados por los avances tecnológicos, la mayor movilidad ciudadana y el deterioro del medio ambiente, entre otros factores.

En este sentido, se aprobó en la región la Ley 7/1998, de 15 de octubre, de Comercio Minorista de Castilla-La Mancha con el objetivo de incorporar una política propia de ordenación del comercio que satisficiera a comerciantes y consumidores. En la exposición de motivos el legislador deja constancia de los principales pilares de esta norma, donde tan sólo pretendía regular los elementos que pudiesen y debían ser objeto de consideración en una normativa legal regional, máxime si se tiene en cuenta la ubicación de la región en la geografía

nacional, y se consideraran los costes eventuales de una normativa excesivamente reguladora.

Posteriormente, destacaría la regulación del comercio minorista a través de la Ley 7/1998, de 15 de octubre, de comercio minorista de Castilla-La Mancha, modificada por Ley 13/2000, de 26 de diciembre y Modificada por Ley 1/2004, de 1 de abril. También es necesario destacar la Ley 10/2005, de 15 de diciembre, de horarios comerciales o la Orden de 14 de junio de 1996, que regula la temporada de rebajas.

En 2010, Castilla-La Mancha necesitaba asegurar el fortalecimiento de su economía, de su sociedad, para que la labor que desempeñen los comerciantes se encuentre regulada dentro de unas normas claras y precisas que permitan a todos concurrir en igualdad al mercado conforme al principio de la leal y libre competencia.

Unas normas que deben recoger los cambios que se han producido en nuestra sociedad, así como, anticiparse a las necesidades futuras del sector y a las innovaciones que vayan demandando los consumidores y usuarios.

Teniendo en cuenta todas estas consideraciones, la nueva Ley 2/2010, de 13 de mayo, de Comercio de Castilla-La Mancha, tuvo por objeto el establecimiento de un nuevo marco jurídico para el desarrollo de la actividad comercial en la región, con el fin de contribuir de manera decisiva a la modernización de los procesos, infraestructuras, equipamientos, prácticas y estrategias comerciales.

El modelo que incorpora la ley contempla la cohabitación de los diferentes formatos comerciales, independientemente de su tamaño o morfología, al tiempo que se busca garantizar que las necesidades de los consumidores sean satisfechas adecuadamente y se minimicen los potenciales impactos negativos que, sobre el territorio, el patrimonio histórico-artístico y el medioambiente, pueda suponer la implantación de una gran superficie comercial.

Debido al paso de los años y con la intención de actualizar la Ley 2/2010 al contexto económico, a las demandas de los diferentes agentes que intervinieron en el sector y fruto de la interlocución con las organizaciones representativas y con las Corporaciones locales, el gobierno de la región consideró necesario la modificación de la mencionada ley en la que se ampliase, hasta un máximo de quince años, el plazo de duración de las autorizaciones para el ejercicio del comercio ambulante, con la finalidad de garantizar, por un lado, una mayor

seguridad y estabilidad en el colectivo dedicado a esta actividad y, por otro, la amortización de las inversiones y una remuneración equitativa de los capitales invertidos.

Para garantizar la finalidad de la modificación introducida, se previó una disposición transitoria que habilitó a los ayuntamientos de los municipios que habían otorgado autorizaciones municipales para el ejercicio del comercio ambulante, según al plazo previsto de cuatro años, para que pudieran revisar el periodo de duración de las mismas conforme al nuevo periodo máximo de quince años que se previó. Todo ello recogido en la nueva Ley 8/2014, de 20 de noviembre, por la que se modifica la Ley 2/2010, de 13 de mayo, de Comercio de Castilla-La Mancha.

El sector comercio en Castilla-La Mancha también cuenta con otras regulaciones que hacen referencia a determinados procesos sectoriales como es el caso de la regulación de las actividades que buscan la promoción de las ventas (venta en rebajas, venta de saldo, ventas en liquidación, ventas con obsequio, etc.).

Además, también cuenta con normativa que regula los procesos de venta que tienen un carácter especial al no disponer de un establecimiento permanente donde se desarrollan las mismas, como son las ventas a distancia, ventas ambulantes, ventas automáticas, etc.

A nivel nacional, en la última década hay que hacer referencia a dos aspectos regulados con claras consecuencias para la distribución comercial de Castilla-La Mancha, la Ley de Medidas de Lucha contra la Morosidad en las operaciones comerciales –Ley 3/2004, de 29 de diciembre- y los Acuerdos para la reducción de las tasas de intercambio en los pagos realizados con tarjetas entre las asociaciones comerciales y los sistemas gestores de tarjetas.

Con la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales se pretendió corregir desequilibrios y aprovechar las condiciones de las empresas con el fin de favorecer la competitividad y lograr un crecimiento equilibrado de la economía española, que permitiese crear empleo de forma estable, en línea con una concepción estratégica de la economía sostenible. En este sentido, y desde el punto de vista de los plazos de pago del sector público, se redujo a un máximo de treinta días el plazo de pago.



El nuevo diseño en los negocios ha supuesto la reformulación de las estrategias de calidad de servicio, convirtiéndose en una de las opciones que más fuerza ha tomado en el comercio tradicional y, gracias al empuje institucional desde las administraciones públicas.

El objetivo de toda normativa ha sido la consolidación de la imagen y de la competitividad del sector comercio, y ello ha supuesto la necesaria implantación de una marca de calidad en los establecimientos comerciales, facilitándole a los empresarios, las pautas de gestión y comportamiento que la marca debe cumplir.

Por ello, se estableció una marca de calidad compartida en todo el territorio español, con el fin de evitar las posibles confusiones a los consumidores.

Partiendo de una Especificación técnica de calidad de servicio para el pequeño comercio, publicada por AENOR en septiembre de 2002 a iniciativa de las Federaciones de empresarios de comercio de Extremadura, Castilla-La Mancha y Aragón, constituyó el Comité Técnico de Normalización AEN/CTN 175, encargado de elaborar las Normas aplicables a los pequeños establecimientos comerciales.

Los trabajos se focalizaron básicamente en las siguientes vertientes:

- UNE 175001-1:2004 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 1: Requisitos generales.
- UNE 175001-2:2004 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 2: Requisitos para pescaderías.
- UNE 175001-3:2005 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 3: Requisitos para ópticas.
- UNE 175001-4:2005 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 4: Requisitos para carnicerías y charcuterías.
- UNE 175005-2:2005 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 5: Requisitos para floristerías.

Actualmente, el Comité Técnico de Normalización AEN/CTN 175, contiene las siguientes normas vigentes respecto al comercio minorista:

- UNE 175001-2:2016 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 2: Requisitos para pescaderías.

- UNE 175001-5:2016 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 5: Requisitos para floristerías.
- UNE 175001-6:2015 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 6: Requisitos para las estaciones de servicio.
- UNE 175001-1:2013 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte1: Requisitos generales.
- UNE 175001-3:2005 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 3: Requisitos para ópticas
- UNE 175001-4:2005 Calidad de servicio para pequeño comercio. Parte 4: Requisitos para carnicerías y charcuterías

4.2.2 El compromiso del gobierno de Castilla-La Mancha con el sector del comercio en tiempos de pandemia

Los programas destinados en los últimos años a la modernización y reactivación del sector comercio se han articulado a través del **Plan Marco de Modernización del Comercio Interior 1995-2004** y el **Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio 2005-2008**.

Además, también es necesario reseñar el **Plan de consolidación y competitividad de la pequeña y mediana empresa** (2000-2006) y el **Programa Arte Pyme**.

El Plan de Mejora de Calidad en el Comercio, aprobado por Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de diciembre de 2004, previó la cofinanciación por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, de las acciones que desarrollasen las comunidades autónomas.

De forma más general, el **Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio** (2005-2008) tenía como objetivo básico la mejora de la eficiencia y competitividad de las pequeñas y medianas empresas comerciales, en aras a lograr un equilibrio armónico de la estructura del sector, con la coexistencia de diversos formatos de empresa y establecimientos, todo ello garantizando la competencia y la libertad

de elección de los consumidores, y contribuyendo a un desarrollo equilibrado y sostenible de la estructura urbana.

En el marco de este Plan de Mejora de la Calidad en el comercio para Castilla-La Mancha, el gobierno regional con fecha 4 de julio de 2005 firmó con la Confederación Regional del Comercio, el Acuerdo Regional por el Comercio de Castilla-La Mancha para el período 2005-2008, estructurándose en ocho líneas estratégicas de actuación, entre las que se encuentra el programa de ayudas para la mejora y calidad del Pequeños Comercio Minorista.

Y, con esta finalidad, se han aprobaron la Orden de 25 de Octubre de 2005 de la Consejería de Industria y Tecnología por la que se establecieron las bases reguladoras de la concesión de ayudas para la modernización y mejora del pequeño comercio de Castilla-La Mancha, actualizándose en 2008, con la Orden de 16 de Enero de 2008 de la Consejería de Industria y Sociedad de la Información, por la que se establecieron las bases reguladoras de las ayudas para la modernización y mejora del pequeño comercio de Castilla-La Mancha.

El artículo 31.1. 11^a del Estatuto de Autonomía de Castilla- La Mancha atribuye a la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha la competencia exclusiva en materia de comercio interior, ferias y mercados interiores, cuyo ejercicio se encomienda a la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, en virtud de lo dispuesto en el artículo 1 del Decreto 79/2019, de 16 de julio, por el que se establece la estructura orgánica y se fijan las competencias de los órganos integrados en dicha Consejería.

El sector comercial, en especial el pequeño y mediano comercio, constituye un sector clave en la economía de la región por su contribución a la cohesión social, al empleo, a la distribución de la riqueza y al bienestar y calidad de vida de los ciudadanos.

Desde el gobierno de Castilla-La Mancha, se han promovido desde las últimas décadas múltiples iniciativas, muchas de ellas en colaboración con organizaciones empresariales, que han facilitado la reactivación del comercio en épocas de crisis económica y han permitido recuperar su competitividad mediante el diseño e implementación de estrategias diferenciadas y adaptadas a las necesidades de cada actividad dentro del sector.

Mediante la Orden 41/2018, de 8 de marzo, de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, por la que se establecen las bases reguladoras de las



ayudas destinadas a impulsar la modernización, mejora y promoción del comercio minorista en Castilla-La Mancha, publicada en el Diario Oficial número 60, de 26 de marzo de 2018, se pusieron en marcha dos líneas de ayuda dirigidas, por un lado, a promover la modernización y mejora del comercio minorista de la región, con la finalidad de contar con empresas más preparadas para hacer frente a los desafíos que la economía planteaba y, por otro, a fomentar la realización de actuaciones por parte de las asociaciones de comerciantes y federaciones de las mismas que promocionasen el comercio regional.

Con la entrada en vigor del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declaró el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19, se ordenaron entre otras medidas de contención, la prevista en su artículo 10, que determinó la suspensión de la apertura al público de la mayor parte de los locales y establecimientos minoristas, lo que supuso un fuerte golpe a los empresarios pertenecientes al sector comercio.

Ante esta situación, el Gobierno regional y los agentes sociales suscribieron un **Plan de Medidas Extraordinarias para la Recuperación Económica de Castilla-La Mancha** con diferentes líneas de acción para cada uno de los ámbitos de competencia. En particular, la línea 8 contiene una serie de acciones para la activación del sector comercial, contemplando la medida 8.1 un plan de modernización, mejora, promoción y digitalización del comercio minorista, que incluye las ayudas que se pretenden regular con la presente orden.

En el marco de esta coyuntura, la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, continuando con el objetivo de mejorar la competitividad e innovación del sector comercial, dicta la Orden 177/2020, de 2 de noviembre, de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, por la que se establecen las bases reguladoras de las ayudas destinadas a la recuperación y fortalecimiento del comercio minorista de Castilla-La Mancha ante la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

En esta orden se incluyen como gastos subvencionables los relativos a la adquisición e implantación de elementos de seguridad para hacer frente a la COVID-19. Así mismo, y entre otras novedades respecto a la Orden 41/2018, de 8 de marzo, de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo, se incluye entre las actuaciones subvencionables, la elaboración de planes de transformación digital, y se incorpora un nuevo criterio de valoración para establecer un orden de prelación entre las solicitudes presentadas, para las actuaciones

subvencionables promovidas por una persona menor de 30 años, o mayor de 55 años, con discapacidad, o mujer.

Con el objetivo de promover la actividad económica en aquellas zonas geográficas menos favorecidas y que atraviesan especiales dificultades económicas, la orden recoge un incremento de un 20%, en las cuantías de las ayudas establecidas en el capítulo II, cuando la actividad subvencionada se realice en alguno de los municipios incluidos en el Anexo al Decreto 31/2017, de 25 de abril, por el que se establece el procedimiento de gobernanza de la Inversión Territorial Integrada (ITI) de Castilla-La Mancha para el período de programación 2014-2020, o en aquellos municipios que, en su caso, se determine en posteriores periodos de programación, así como en los territorios de los municipios considerados zonas prioritarias, reguladas en la Ley 5/2017, de 30 de noviembre, de Estímulo Económico de Zonas Prioritarias en Castilla-La Mancha.

Asimismo, esta orden reguladora de bases se enmarca en el Eje de comercio del **Plan Estratégico de Fortalecimiento Empresarial de Castilla-La Mancha (Plan Adelante 2020-2023)**, consensuado entre el Gobierno Regional y los agentes económicos y sociales más representativos de la Región.

El Programa de apoyo al comercio Comercia-Adelante en Castilla-La Mancha, es un programa de ayudas que tiene por finalidad potenciar la actividad comercial minorista, surge en el ámbito del Plan Adelante de Castilla-La Mancha, en consonancia con el marco comunitario, las prioridades de crecimiento inteligente, sostenible e integrador de la Estrategia Europa 2020.

4.3

Análisis DAFO del sector comercio entre los autónomos castellanomanchegos

El análisis DAFO pedido a los participantes que conformaron el comité de expertos, se realizó ante dos cuestiones. El primero ya se ha visto en el análisis del colectivo del trabajo autónomo de la región, pero evidentemente, también se preguntó a las personas expertas consultadas, por la situación propia de los autónomos del sector comercio.

A continuación, se van a presentar los resultados recabados en mediante esta técnica, en la que se pedía que identificasen al menos una cuestión para cada aspecto y ámbito. Se ofrecen, por tanto, las principales ideas obtenidas de los miembros del comité para cada uno de los dos análisis, por las categorías descritas anteriormente.

■ Debilidades

- Malas conexiones en muchos puntos de las diferentes provincias (carreteras y telecomunicaciones)
- Al ser comercios de menor escala el posicionamiento en internet es menor.
- Escasa venta online.
- Falta de adaptación a las nuevas tecnologías.
- Poco competitivo en las nuevas formas comerciales
- Dependencia de las grandes empresas.
- Dependiendo del sector, mayor dificultad de suministros, especialmente manufacturados.
- Falta de afluencia de público
- Avanzada edad del sector y problemas de relevo generacional
- Escasa competitividad.

En vista de las opiniones individuales, se pueden ver 3 ideas genéricas en las que se pueden englobar las debilidades del comercio:

- 1.** Falta de competencias digitales
- 2.** Falta de competencias en nuevas comercializaciones
- 3.** Envejecimiento y falta relevo e innovaciones

■ Amenazas

- Ventas online, en especial de grandes marcas.
- Comercio digital en Marketplace.
- Dependiendo del sector, poco movimiento económico.
- Dificultades de financiación
- Escasez de modernización
- Escaso apoyo municipal
- No hay apoyo de los gobiernos a ningún nivel
- Configuración de la actividad urbana
- Grandes superficies
- La crisis COVID-19, y el cierre del comercio básico

Del mismo modo, se observan hasta 4 amenazas principalmente en la anterior lista:

- 1.** Competidores digitales
- 2.** Falta de apoyo institucional o su desconomcimiento.
- 3.** Nuevas formas de vida urbana que arrinconan al comercio tradicional
- 4.** La crisis COVID-19

■ Fortalezas

- Reducción de costes fijos.
- Dependiendo del sector, menor dificultad de suministros (sector primario, productos de km0).
- Satisfacción por su trabajo.
- Buena integración social.
- Proximidad y conocimiento de su actividad.
- Cercanía y trato directo.



- Ímpetu, valentía y autoempleo.
- Oferta de calidad superior.
- Poca competencia en caso de diferenciación.
- Trabajos difícilmente copiables, como la artesanía.

Como con los anteriores aspectos de este análisis, se observan hasta 3 fortalezas que pueden resumir la anterior lista:

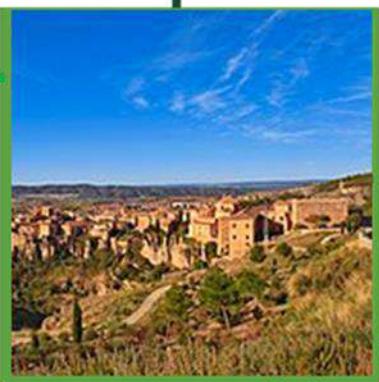
- 1.** Aprovechamiento de sus aspectos diferenciales
- 2.** Tradición, conocimiento y cercanía
- 3.** Posibilidad de hacer una oferta diferenciada

■ Oportunidades

- Ayudas a la contratación.
- Por su reducida dimensión, agilidad de adaptación y reconversión adaptándose a las modas.
- Fácil adaptación al cambio.
- Valoración del trato personal.
- Integración en las ciudades como centros de referencia.
- Posibilidad de adaptarse a las nuevas tecnologías.
- Fomento de la digitalización por parte de las administraciones públicas.
- Mejoramiento de la situación pandémica.

Por último, la lista de oportunidades, también se puede resumir, en las siguientes ideas:

- 1.** Fácil adaptación al cambio
- 2.** Buena reputación social, sobre todo en el plano local
- 3.** Grandes posibilidades a través de la digitalización
- 4.** Ayudas públicas



Competencias básicas propias del sector comercio

Varias son las acepciones que según la *Real Academia de la Lengua Española* Varias son las acepciones que según la *Real Academia de la Lengua Española* (RAE), tiene la palabra **competencia**. En el término que se va a tratar en este trabajo, la definición sería una de las que hacen referencia a competente en el diccionario de la academia. De este modo, la **competencia** sería:



Pericia, aptitud o idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado

Dado que se está hablando de **competencia profesional**, ésta será la aplicación de esa pericia, aptitud o idoneidad en el desarrollo de una profesión, oficio o trabajo concreto.

Conocido el significado, se ha de destacar que en adelante se ha de hablar del término principal de este estudio en plural, más aún al estar analizando a las personas trabajadoras autónomas. Todas las profesiones requieren de más de una competencia, incluso aquellas que simple pudieran parecer más básicas. Sabiendo esto, a quienes ejercen una profesión por cuenta propia, a parte de los conocimientos propios que ha de tener para ejercicio de su profesión, se suma la necesidad de tener conocimientos de gestión o comercialización para monetizar su trabajo.

Varios son los orígenes que tiene el análisis de las competencias profesionales, pudiéndose diferenciar principalmente entre dos enfoques, según explica el *Dr. Juan Pablo Gómez-Rojas*:

- *Enfoque anglosajón*: en el Reino Unido, el concepto competencia profesional nace relacionado con la evaluación, está orientado al rendimiento. Se centra, por tanto, en los contenidos del puesto de trabajo, y su relación con la estrategia global de la organización. Se puede ver que está bastante ligado al trabajo por cuenta ajena.
- *Enfoque francés*: considera la competencia profesional una mezcla indisoluble de conocimientos, aptitudes, rasgos personales y experiencias laborales. En Francia es surgimiento del análisis de competencias parte de una crítica a la pedagogía tradicional basada en los conocimientos teóricos escolares. Se llegaron a poner en tela de juicio las instituciones formativas, pues

se pretendía superar este modelo para incluir actividades de formación continua y perfeccionamiento profesional.

En España, la identificación de competencias profesionales es más reciente, partiendo de la aparición en los años 70 del siglo XX de la Formación Profesional. El sistema español, a día de hoy, sería una combinación de las normas de referencia para la formación inicial del modelo británico, y el fomento de la formación en la empresa, como propone el enfoque francés.

Se presentan a continuación los orígenes y antecedentes del modelo actual de formación para el empleo.



5.1



Marco de cualificaciones y competencias profesionales

Dado que en ATA Castilla-La Mancha tenemos una larga trayectoria en proyectos de este tipo, se han considerado mayoritariamente dos tipos categorizaciones de competencias establecidas a nivel europeo: una del enfoque de la formación académica (Tuning) y otras provenientes de mundo del trabajo (ESCO). Aunque en los anteriores estudios realizados por ATA, sobre las necesidades formativas, tanto del colectivo de autónomos en su totalidad, como de los subgrupos dentro del mismo, como es el caso del presente estudio; se han abordado las competencias desde un solo modelo europeo, para el presente análisis, se ha creído conveniente optar por ampliar y comparar con el otro modelo existente.

Es por este motivo, que en este estudio de 2020, se van a tener en cuenta otro tipo de competencias de las que se ha hablado en el apartado anterior, las de la clasificación ESCO. Se trata de otra clasificación, similar a la del modelo Tuning, pero mientras estas parten de un ámbito académico, es decir, que se pretende que las personas las adquieran a través de la formación, las ESCO parten del

terreno profesional, con la visión de que las competencias se adquieren también desde la experiencia laboral y profesional.

5.1.1 ESCO: Las competencias desde una perspectiva laboral

ESCO (*European Skills, Competences, Qualifications and Occupations*), es el acrónimo en inglés para la clasificación europea multilingüe de capacidades, competencias, cualificaciones y ocupaciones, y forma parte de la estrategia Europa 2020.

La clasificación ESCO determina y categoriza las capacidades, competencias, cualificaciones y ocupaciones pertinentes para el mercado laboral y la educación y formación en la UE. Muestra, de manera sistemática, las relaciones existentes entre los distintos conceptos.

La crisis económica que golpeó Europa a partir de 2008 también afectó duramente a los mercados de trabajo. En este período el desempleo se situó por encima del 10 % y el desempleo juvenil llegó a alcanzar el 25 %. A pesar de estos elevados niveles de desempleo, en ciertos sectores como la economía verde, las TIC y la asistencia sanitaria ha habido dificultades para cubrir los puestos de trabajo vacantes. En algunos países las competencias de los solicitantes de empleo no coincidían con los requisitos de los puestos de trabajo ofrecidos, produciéndose un claro desajuste de competencias.

En este sentido, la crisis ha supuesto un cambio en la forma en que se conciben las ocupaciones y los requisitos que deben cumplir. Los empleadores dan cada vez más importancia a lo que los trabajadores saben y pueden hacer, en lugar de centrarse en sus cualificaciones formales. Los servicios de empleo, tanto públicos como privados, también responden a esta tendencia cambiando gradualmente un enfoque centrado en la ocupación a un enfoque basado en competencias y habilidades.

El pilar de competencias de ESCO distingue entre:

1. Los conceptos de capacidad o competencia.
2. los conceptos de conocimientos, indicando el tipo de capacidad. Sin embargo, no distingue entre capacidades y competencias.

Cada uno de estos conceptos va acompañado de un término preferente y un número indeterminado de términos no preferentes y términos ocultos en cada una de las lenguas de ESCO. También se incluye una explicación del concepto en forma de descripción, nota explicativa y definición. El pilar de capacidades de

ESCO no contiene una estructura jerárquica completa, sino que está estructurado en cuatro maneras diferentes:

- A través de sus relaciones con las ocupaciones, es decir, utilizando los perfiles profesionales como punto de entrada.
- En la parte de los conocimientos, capacidades y competencias transversales, a través de una jerarquía de capacidades.
- A través de relaciones que indican la manera en que los conocimientos, capacidades y competencias son pertinentes para otros conocimientos, capacidades y competencias (en particular en los casos de contextualización de las capacidades).
- A través de colecciones funcionales que permiten seleccionar subgrupos del pilar de capacidades.

Desde 2008, año en que la UE se propone este reto para 2020, todos los estados miembros trabajan para crear en consonancia con el *Marco Europeo de Cualificaciones*, sus propios Marcos Nacionales de Cualificaciones para poder generar un marco común equiparable, así como los términos de competencias y aprendizaje.

Si bien, encontramos un problema para afrontar este estudio de necesidades formativas de los trabajadores autónomos haciendo uso de este tipo de competencias. Como se ha explicado, la clasificación de las competencias está diseñada partiendo de la clasificación de ocupaciones, por lo que las competencias no están estructuradas ni jerarquizadas por sí mismas, si no en relación a las ocupaciones a las que se refieren. Por este motivo, se utilizará para el análisis de este estudio el catálogo de competencias propuesto por el modelo Tuning, que se desarrolla en el apartado siguiente, ya que la heterogeneidad de ocupaciones del colectivo autónomo, hace imposible servirse de ESCO, como punto de partida del estudio.

5.1.2 El proyecto Tuning. Las competencias desde la perspectiva de la formación

El Proyecto *Tuning4*, financiado por la Comisión Europea en el marco del Programa Sócrates, empieza a desarrollarse dentro del amplio contexto de reflexión sobre educación superior que se ha impuesto como consecuencia del acelerado ritmo de cambio de la sociedad.

4 Para más información sobre el proyecto Tuning ver: <http://www.unideusto.org/tuningeu/home.html>

Ha sido clave para que las universidades europeas identifiquen el conjunto de competencias de enseñanza. Junto con el conocimiento, las competencias transversales son cruciales para el desarrollo de puntos de referencia europeos que se puedan considerar comunes, diversos y dinámicos en relación con la formación. Además, estas competencias sirven para crear marcos de referencia para entender y aclarar la naturaleza de las cualificaciones y de la relación entre ellas.

La idea está íntimamente ligada a lo que se entiende por educación en un contexto más amplio, el continuo del aprendizaje de por vida, donde el individuo necesita competencias para ser capaz de manipular, actualizar o seleccionar el conocimiento, entre otras.

La necesidad de consultar y revisar constantemente la información sobre su adecuación viene provocada por la variedad de contextos que requieren dicha comprobación, ya que cada vez es más variada la demanda de perfiles profesionales y académicos.

Tuning sirve de plataforma para desarrollar puntos de referencia en el contexto de las disciplinas que son importantes a la hora de elaborar programas de estudio comparables, compatibles y transparentes. Los puntos de referencia se expresan en términos de resultados del aprendizaje y competencias. Los resultados del aprendizaje son manifestaciones de lo que se espera que un estudiante sepa, entienda y sea capaz de demostrar una vez concluido el aprendizaje.

Según Tuning, los resultados del aprendizaje se expresan en niveles de competencia que debe conseguir el estudiante. Las competencias representan una combinación dinámica de las capacidades cognitivas y meta cognitivas, de conocimiento y entendimiento, interpersonales, intelectuales y prácticas, así como de los valores éticos. Pueden estar divididas en competencias relacionadas con disciplinas (específicas de un campo de estudio) y competencias genéricas (comunes a cualquier curso de titulación). Normalmente, el desarrollo de las competencias se produce de forma integrada y cíclica a lo largo de un programa.

Cinco son las líneas de acercamiento que se han elegido en este modelo para organizar la discusión en las áreas de conocimiento:

- 1) competencias genéricas (académicas de carácter general)
- 2) competencias específicas de cada área
- 3) la función de ECTS como un sistema de acumulación
- 4) enfoques de aprendizaje, enseñanza y evaluación, y

- 5) la función de la promoción de la calidad en el proceso educativo (insistiendo sobre sistemas basados en una cultura de la calidad institucional interna).

Tuning desarrolló un modelo de diseño, implantación e impartición de planes de estudios que se ofrecieran en el seno de una institución o, de manera combinada, en dos o más instituciones. En el proceso de diseño de un programa de estudios, se identificaron las siguientes etapas principales:

1. Cumplimiento de las condiciones básicas.
2. Definición del perfil conducente al título.
3. Descripción de los objetivos del programa y de los resultados de aprendizaje.
4. Identificación de las competencias genéricas y específicas de cada área que deberían alcanzarse en el programa.
5. Traducción al plan de estudios: contenido y estructura.
6. Traducción a unidades y actividades educativas para alcanzar los resultados de aprendizaje definidos.
7. Definición de los enfoques de enseñanza y aprendizaje (tipos de métodos, técnicas y formatos) y de los métodos de evaluación (en caso necesario, desarrollando el material didáctico)
8. Desarrollo de un sistema de evaluación concebido para incrementar de modo constante su calidad.

5.1.3 La transposición en España: el INCUAL y el CNCP

El **Instituto Nacional de las Cualificaciones** (INCUAL) creado por el Real Decreto 375/1999, de 5 de marzo, es el instrumento técnico, dotado de capacidad e independencia de criterios, que apoya al para alcanzar los objetivos del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional. La Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, atribuye al INCUAL la responsabilidad de definir, elaborar y mantener actualizado el Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales y el correspondiente Catálogo Modular de Formación Profesional.

Por lo tanto, el INCUAL tiene como misión fundamental elaborar y actualizar el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales que es el referente que permite la integración entre los sistemas de Formación Profesional en el ámbito Educativo y de Formación Profesional para el Empleo, y es el referente para la Acreditación de las Competencias profesionales adquiridas por la experiencia laboral y aprendizajes no formales.

Entre sus principales objetivos, están:

- Observación de las cualificaciones y su evolución.
- Determinación de las cualificaciones.
- Acreditación de las cualificaciones.
- Desarrollo de la integración de las cualificaciones profesionales.
- Seguimiento y evaluación del Programa Nacional de Formación Profesional.

La Ley Orgánica 5/2002 de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, en este marco, define competencia profesional como el conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo.

A nivel conceptual, las competencias profesionales se pueden constituir a partir de tres niveles, las competencias básicas, las específicas y las transversales:

- **Competencias básicas** o clave son las capacidades intelectuales indispensables para el aprendizaje de una profesión y sustentan el aprendizaje durante toda la vida; en ellas se encuentran las competencias adquiridas en los niveles educativos previos (lectoescritura o la numeración)
- **Competencias específicas** son la base particular del ejercicio profesional y están vinculadas a condiciones específicas de ejecución permitiendo realizar una tarea o actividad profesional
- **Competencias transversales** sería el conjunto de conocimientos, destrezas y actitudes que permiten al trabajador adaptarse a la vida laboral y nuevos contextos organizativos y son transferibles a cualquier oficio y profesión, desarrollando su propia carrera profesional.

5.2

Catálogo de competencias básicas de los autónomos del sector comercio

Como todo trabajo ligado al estudio de las ciencias sociales, este es un estudio vivo, que se ha de ir adaptando a las necesidades de cada momento. Al realizarse en una situación tan compleja como la que se está viviendo, en plena pandemia mundial por COVID-19, las incertidumbres que esta tesis supone, fueron trasladables también al desarrollo de la investigación.

Por esto motivo, en un principio se creyó conveniente esperar a la opinión de las personas expertas para fijar las competencias que en el contexto actual son las más necesarias para las personas trabajadoras autónomas dedicadas al sector comercio. Sin embargo, al reunirse el equipo de trabajo para comenzar a elaborar los primeros borradores de los guiones para las entrevistas, y dado que este estudio se realiza en paralelo con otro específico sobre las competencias necesarias para afrontar la crisis COVID, se replanteó esta cuestión, llegándose a las siguientes conclusiones:

En primer lugar, a pesar de la importancia que adquiere la crisis provocada por el COVID-19, el comercio siempre tendrá necesidades propias e inherentes, y si el trabajo es específico del sector, sería más conveniente centrarse en el estudio del colectivo dentro del sector comercio, que dar importancia a las circunstancias presentes.

En segundo lugar, no se trata de obviar la repercusión de la crisis, palabra tan repetida en estas líneas, que da clara muestra de que se está teniendo en consideración. Pero, al estarse realizando otro estudio específico la crisis, y poder incluir cuestiones sobre la misma en la investigación sin darle un papel central, llevan a establecer previamente algunas premisas en cuanto a las competencias básicas, necesarias para el colectivo.

Para ello, se tuvo en cuenta el trabajo realizado desde **ATA Federación** (organización en la que está integrada ATA Castilla-La Mancha) para la **Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE)**, sobre las **Principales Ocupaciones y Competencias del ámbito del Trabajo Autónomo**, 2020. El objetivo de este estudio era el de localizar las principales

competencias necesarias para las personas trabajadoras autónomas, determinando en primer lugar, cuáles eran las ocupaciones que aglutinaban un mayor número de trabajadores por cuenta propia. Como ya se destacó en la investigación documental, el sector del comercio es el mayoritario entre los autónomos y autónomas, tanto en el conjunto de España, como en la región; por lo que figuraba como la primera de las ocupaciones del colectivo y se recogían las competencias que les son propias.

Se detallan a continuación los resultados de ese estudio, del que se extrajeron las competencias que se incluyeron como propias del sector comercio en las diferentes etapas del trabajo de campo.

El estudio *Principales Ocupaciones y Competencias del ámbito del Trabajo Autónomo*, 2020 concluyó que la principal ocupación de los trabajadores por cuenta propia era la del comercio. Para la identificación del comercio, se acudió a las distintas clasificaciones oficiales nacionales, partiendo del comercio entendido como sector económico, al comercio como ocupación u oficio desarrollado por los cotizantes al RETA.

La identificación realizada, sería la siguiente:

Tabla 5.1 *Identificación del comercio en distintas clasificaciones y categorizaciones*

CNAE-2009 Clasificación Nacional de Actividades Económicas	G - Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas 47 - Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas
CNO-11 Clasificación Nacional de Ocupaciones	5300 - Comerciantes propietarios de tiendas
ESCO Clasificación Europea de Capacidades/Competencias, Cualificaciones y Ocupaciones	5211 - Vendedores de quioscos y puestos de mercado 5212 - Vendedores ambulantes de productos comestibles 5221 - Comerciantes de tiendas 5230 - Cajeros y expendedores de billetes. Vendedores de lotería 5243 - Otros vendedores: vendedor a puerta, vendedor a domicilio

Sobre estas clasificaciones, se determinaba que los comerciantes propietarios de tiendas eran la ocupación mayoritaria del colectivo, suponiendo el 15,5% de las personas afiliadas al RETA en España.

Para determinar cuáles eran las competencias propias de colectivo, el estudio se sirvió de la Clasificación ESCO, sobre las ocupaciones concretas, que conciernen a los trabajadores dedicados al comercio, mostradas en el cuadro anterior. De este modo, las competencias que habrían de poseer los trabajadores del sector que nos ocupa, serían las siguientes:

código ESCO	Descripción de la ocupación	Competencias
52	VENDEDORES	
521	VENDEDORES CALLEJEROS Y DE PUESTOS DE MERCADO	
5211	Vendedores de quioscos y puestos de mercado	Asistir a los clientes Garantizar la satisfacción del cliente Llevar la caja
5212	Vendedores ambulantes de productos comestibles.	Manejar una caja registradora Organizar la presentación de los productos Organizar los permisos para un puesto en un mercado
522	COMERCIANTES Y VENDEDORES DE TIENDAS Y ALMACENES	
5221	COMERCIANTES DE TIENDAS	Aplicar estrategias de ventas Contratar personal Controlar los gastos Elaborar estrategias de comercialización Establecer estrategias de precios Establecer la justificación económica para un proyecto determinado Estudiar el nivel de ventas de los productos Garantizar el cumplimiento de la normativa de compra y contrataciones Garantizar la satisfacción del cliente Gestionar el riesgo financiero Gestionar los recursos humanos Identificar proveedores Negociar contratos de venta Ofrecer a los clientes servicios de seguimiento Organizar la presentación de los productos Realizar un análisis de las necesidades de los clientes Supervisar la política de la empresa Supervisar la situación financiera de la tienda Supervisar las actividades de venta
5230	CAJEROS Y EXPENDEDORES DE BILLETES. Vendedor de lotería	Aplicar competencias matemáticas Comunicarse con los clientes Cumplir el código ético de conducta relativo a los juegos de azar Gestionar el flujo de caja Tramitar pagos

5243	OTROS VENDEDORES: VENDEDOR A PUERTA. VENDEDOR A DOMICILIO	Aplicar normas de salud y seguridad Asistir a los clientes Atraer a nuevos clientes Averiguar las necesidades del cliente Cuidar la apariencia personal Cumplir los objetivos de ventas Garantizar la satisfacción del cliente Garantizar una actitud centrada en el cliente Hacer demostraciones de las funciones de un producto Negociar precios Planificar las visitas a los clientes Preparar materiales para una presentación Realizar un seguimiento posventa Realizar ventas activas
------	--	--

En el cuadro anterior, se listan un total de 44 competencias o capacidades que serían necesarias para el sector comercio, atendiendo a los distintos trabajos y tareas que los autónomos tendrían que saber realizar en su día. Ahora bien, se ha de tener en cuenta que este listado es de profesiones o puestos muy específicos, y que el sujeto objeto del presente estudio, no es un trabajador formal con actividades delimitadas. La persona trabajadora autónoma es multitarea; un trabajador transversal del que dependen todos los procesos necesarios para el funcionamiento del negocio.

Se han de recordar los distintos tipos de competencias que los diferentes modelos presentados codificaban. En este sentido, casi todas las competencias presentes en la lista anterior serían competencias específicas del sector comercio y sus distintos oficios o tareas.

Por estos motivos, se simplificó el listado de competencias, dando una visión más concisa de las necesidades de los trabajadores autónomos dedicados al comercio, y favoreciendo la elaboración de una encuesta en la que preguntar a los trabajadores por cuenta propia sobre sus habilidades o destrezas en esas habilidades y competencias. También se incluían en ese listado, competencias que consideraban transversales para todas las ocupaciones mayoritarias entre los trabajadores autónomos. En ese estudio se contemplaban hasta 17 ocupaciones, que se detectaron como las más representativas del colectivo, por el número de autónomos que aglutinaban, como las que más expectativas de futuro tenían, por su evolución reciente, o por ser posibles futuros nichos de mercado y de negocio.

En definitiva, de forma resumida, las competencias con las que habrían de contar las personas trabajadoras autónomas que desarrollan actividades de comercio, serían:



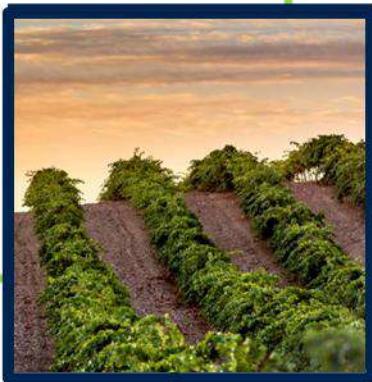
1. Competencias transversales

- Habilidades de atención al cliente
- Identificación y gestión de los riesgos (laborales, competencia...)
- Relación/cumplimiento de obligaciones con la administración

2. Competencias específicas

- Estrategias de ventas
- Gestión de proveedores y mercancías
- Conocimiento del producto
- Imagen del negocio
- Gestión de caja
- Conocimiento de idiomas

Identificadas estas 9 competencias, que los estudios previos consideraban como las propias de los trabajadores autónomos del sector.



**Nivel e interés
formativo de los
autónomos del sector
comercio**



Se plantea en este capítulo una de las cuestiones primordiales del este estudio: conocer la formación de las personas trabajadoras autónomas del sector comercio en todo su espectro, pero principalmente en aquellas competencias que son propias a segmento concreto que se está analizando.

Para el desarrollo de este capítulo, se llevará a cabo un análisis comparado de dos las técnicas de investigación desarrolladas, la encuesta, que ha recogido la opinión directa del universo de estudio, y las entrevistas a los expertos, conocedores de la materia. Es importante resaltar el porqué de este análisis comparado, pues la encuesta tiene un sesgo subjetivo en cuanto a las autovaloraciones que se pedían a los participantes, es evidente que ante la pregunta de si se ven bien formados, van a tender a responder forma positiva, por lo que el contrapunto lo han de dar los expertos consultados, corroborando o no, lo indicado por los miembros del universo de estudio.

También se tendrán en cuenta aportaciones que respecto a cada una de las cuestiones hicieron los participantes del grupo de discusión, aunque su análisis final se verá en el capítulo final de conclusiones.

Según la información recabada, se realizará este análisis enfocado en tres cuestiones: el nivel formativo de los trabajadores autónomos, su destreza en las competencias catalogadas como principales para el sector y su interés y preferencias formativas.



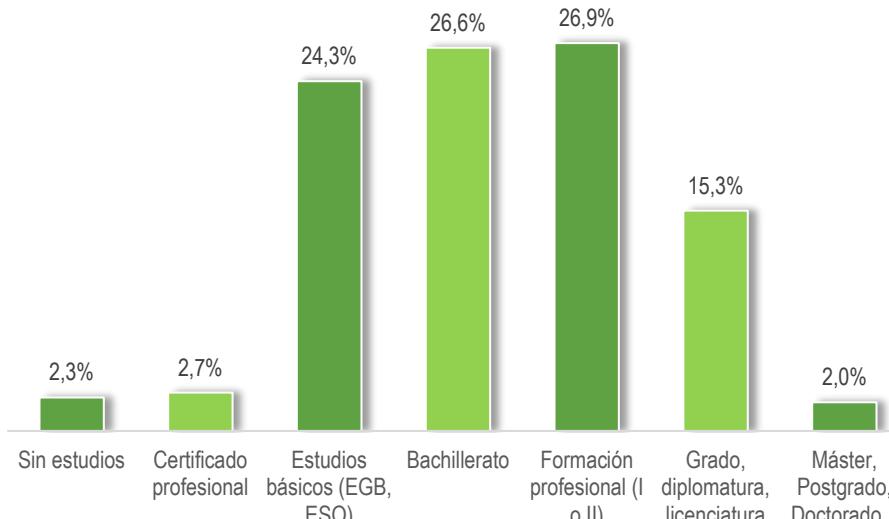
6.1



Nivel formativo y competencial de los autónomos del sector comercio

Para comenzar este acercamiento al nivel formativo, se partirá de un dato lo más objetivo posible: el nivel académico, para ello se preguntó a las personas trabajadoras autónomas dedicadas al sector comercio cuál era el nivel más alto de estudios que habían finalizado.

Gráfico 6.1 Encuestados según su nivel de estudios finalizados



FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La mayoría de los encuestados dice contar con estudios secundarios, de bachillerato o FP, con porcentajes muy similares que suman más de la mitad de la muestra. Tan sólo unas décimas porcentuales separan el 26,9% de encuestados con FP, con el 26,6 de los que han asegurado contar con bachillerato como su máxima titulación académica.

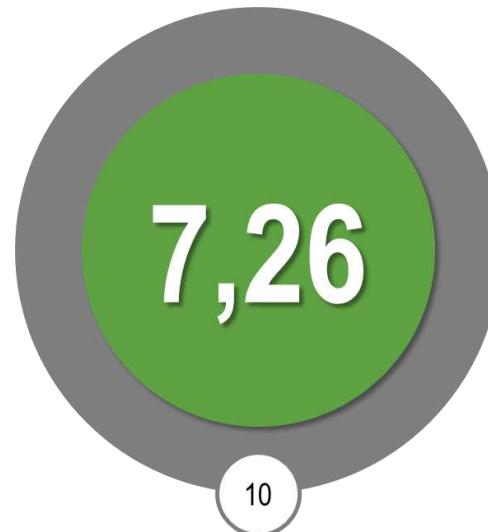
En tercer lugar, el 24,3% ha indicado tener tan sólo los estudios básicos, mientras que la suma de las titulaciones universitarias de primer nivel o de postgrado, suman el 17,3%. Los que no tienen estudios o cuentan con un certificado profesional, son poco más del 2% en cada categoría.

De forma más subjetiva, las personas trabajadoras autónomas que se dedican al comercio se consideran bastante formados o cualificados para desempeñar sus tareas del día. Así lo demuestra la media obtenida de 7,26 puntos sobre 10 totales, de las valoraciones de todos los encuestados. Si bien esta valoración es alta, claramente deja algún margen de mejora en algunos aspectos en los que los autónomos se puedan sentir menos dotados, pero se ven bien preparados para afrontar las tareas diarias.

Sin embargo, las personas expertas consultadas, aprueban por poco a los autónomos ante su preparación para afrontar el día a día de sus negocios. La media de la valoración ha si de **5,6 puntos** sobre 10 posibles.

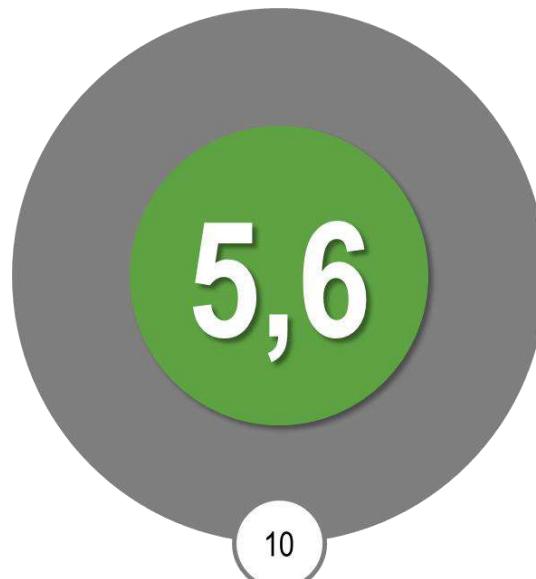
Esta baja calificación es debida principalmente a una puntuación de tan sólo 2 puntos que ha otorgado uno de los entrevistados, posicionándose los cuatro restantes entre los 5 y los 8 puntos, no habiendo una nota moda, pues no se ha repetido ninguna valoración, como se aprecia en el Gráfico 6.2.

Gráfico 6.2 Autovaloración del nivel formativo de los encuestados



FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Gráfico 6.3 Valoración general del nivel formativo de los autónomos por parte de los expertos



- 1.
2. ■ 1
- 3.
- 4.
5. ■ 1
6. ■ 1
7. ■ 1
8. ■ 1
- 9.
- 10.

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Abril 2020.

Esto deja a las personas que siendo autónomos se dedican al comercio en una situación comprometida, pues tienen un amplio margen de mejora. Si bien, se pidió a los propios entrevistados que justificasen sus posiciones, siendo sus respuestas las que se muestran en las siguientes páginas.

Justificación 1:

Los autónomos no se forman. Les falta espíritu de adaptación. Es necesaria la digitalización. Sí tienen mucha experiencia al frente de sus negocios y tienen calidad.

Justificación 2:

La escuela de la calle es muy efectiva. Algún sector obliga a formación específica.

Justificación 3:

En general, están altamente especializados en su sector y en los productos que ofrecen.

Justificación 4:

Falta formación en marketing digital, plataformas de venta, técnicas de captación y retención de cliente, así como en consecución de ventas.

Justificación 5:

La formación sobre el producto, servicio o consumo, objeto de su negocio suele ser media alta o alta, sin embargo la formación de habilidades transversales (soft skills) como gestión empresarial, idiomas, comercio online, marketing online,... alcanzan niveles mucho más bajos.

Se podría decir, que hay dos justificaciones positivas, dos negativas y una que les da a los autónomos del comercio una de cal y otra de arena. Como cabía esperar a la vista las puntuaciones, las justificaciones son muy dispares, pero sí que se pueden observar algunas ideas fuerza, que se repiten varias veces:

- Puesta en valor de la experiencia, como principal medio de conocimiento para el desarrollo de su actividad diaria.
- Dicotomía entre sus capacidades en competencias específicas, en las que están bien cualificados, frente a un suspenso en las competencias transversales.

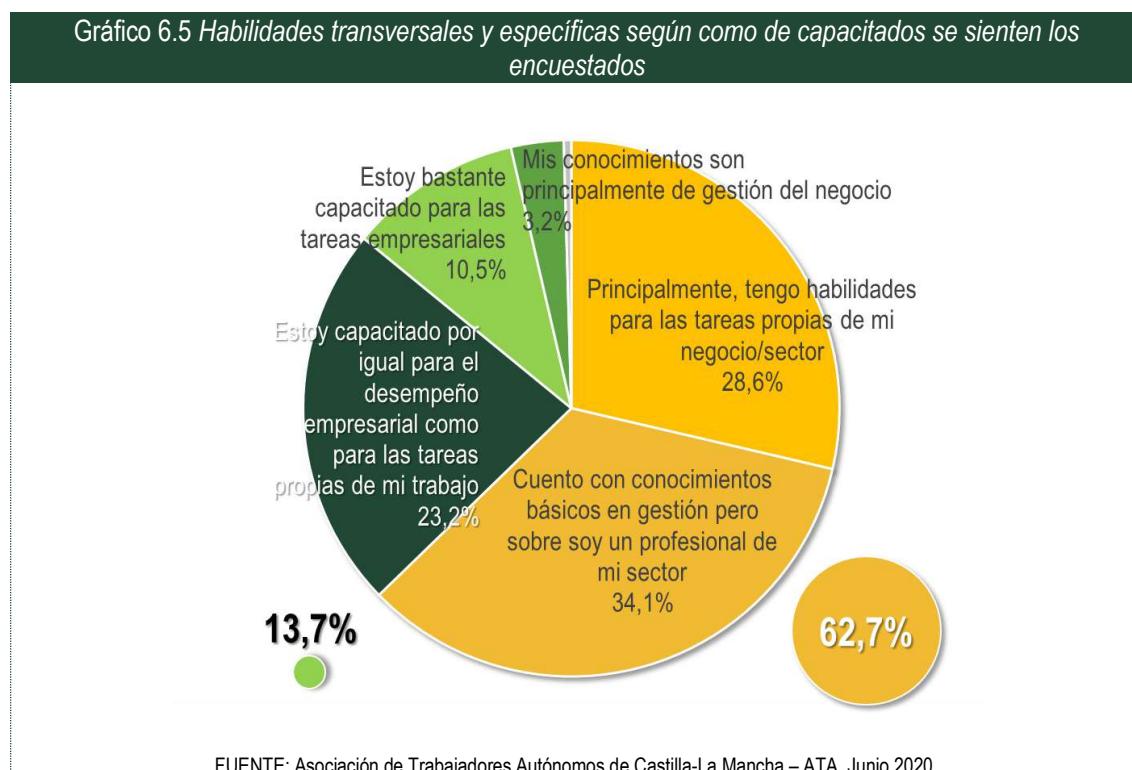
- Alta necesidad de dotarse de competencias digitales.

La encuesta viene a confirmar lo que indicaban los expertos: los autónomos dan más importancia a la experiencia que a la formación. Las capacidades o habilidades para hacer frente al día a día de los comercios de las personas trabajadoras autónomas, no dependen únicamente de la formación que hayan realizado. Sus experiencias personales, por la realización de otros trabajos, o por su propia trayectoria como autónomos o comerciantes, también forma parte de su capacitación como profesionales y empresarios. Por este motivo, se les preguntó a qué consideraban que debían su conocimiento en el desempeño del día a día. Por clara mayoría del 68,7% a los que dan más importancia los comerciantes encuestados, es a su experiencia.



Tan sólo un 8,2% cree que sin haberse formado no podría desarrollar su actividad, frente a la respuesta mayoritaria del 37,3% que considera que formarse ayuda, pero la experiencia es su principal fuente de conocimiento. El segundo lugar, lo ocupan los que sólo dan valor a la experiencia como base de *know how*, siendo el 31,4%.

En el análisis se están comparando dos tipos de competencias, siguiendo los criterios vistos en la parte documental, según las clasificaciones europeas en la materia. Por este motivo, y habiéndose autovalorado los comerciantes encuestados respecto a su preparación en conjunto, se hace necesario conocer a qué tipo de competencias confieren más peso dentro de la consideración que hacen de su preparación. Indudablemente, un 62,7% considera que las competencias fundamentales son las específicas.



A pesar de ofrecer una opción central o neutra, sólo el 23,2% de los participantes en el estudio creen estar igual de capacitados para las tareas como empresario y las labores propiamente comerciales. Son mayoría los que creen tener conocimientos básicos de gestión, pero son básicamente profesionales del sector comercio, sumando esta respuesta el 34,1% de la muestra.

De esta manera, las opciones en las que se da más peso a competencias transversales suman el 13,7%, siendo los que se consideran principalmente empresarios, tan sólo un 3,2% de los encuestados

Tabla 6.1 *Valoración del comité de expertos de la capacidad de los autónomos según el tipo de competencias sobre 10 puntos*

<i>Competencias transversales</i>	<i>Competencias específicas</i>
5,2	8,0

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Abril 2020.

En este sentido, al pedir a los miembros del comité la valoración de la preparación de las personas trabajadoras autónomas, diferenciando entre tipos de competencias, se observa claramente lo que indicaban en sus justificaciones al valorar la capacidad de los autónomos en su conjunto. Casi 3 puntos de diferencia separan la nota media que da el comité a los autónomos del comercio en las competencias diferenciadas. Corroboran un 8 sobre 10, que están altamente preparados para hacer frente a las cuestiones específicas de sus negocios. Sin embargo, sólo les otorgan un 5,2 al valorar su preparación en las competencias transversales, relacionadas con la gestión empresarial y las cuestiones más generales que se derivan de la propia actividad.

Hay que reseñar que en el grupo discusión, fueron los propios miembros del ámbito de estudio, los comerciantes autónomos, los que indicaron sorpresa ante estos datos. El grupo consideraba muy necesario una combinación de la experiencia y la formación, manifestando sobre todo, ideas que pivotaban en torno a la necesidad de un análisis continua tanto del negocio propio, como de las condiciones externas. En un mundo en el que los cambios se producen de manera más rápida que nunca tener competencias de gestión empresarial se hace más que necesario, por el contrario de como se ven a sí mismo los miembros del colectivo según manifiesta en la encuesta.

El grupo se situó del lado de los miembros del comité de expertos respecto de la nota media que se adjudican los encuestados, y dejan claro en todo momento que es necesario que se obtengan nuevas habilidades y competencias o que actualicen y mejoren las existentes para ayudar a adaptarse las nuevas situaciones.

6.2

Capacidad ante las competencias catalogadas para el sector comercio

Tanto a los miembros del comité de expertos, como a los autónomos del sector comercio encuestados, se les presentaron las competencias que extraídas del catálogo europeo ESCO (*Clasificación Europea multilingüe de Capacidades, Competencias, Cualificaciones y Ocupaciones*) reconocidas por la FUNDAE como las propias del sector comercio. Sobre las mismas se les pidió una doble consideración a valorar:

- **Importancia:** ¿Qué importancia consideraban que cada una de las competencias tenía a la hora de afrontar el trabajo diario de un autónomo del sector comercio?
- **Conocimiento:** ¿Qué grado de conocimiento o destreza, consideran que tienen los trabajadores por cuenta propia en cada materia?

Comenzando por las opiniones de los expertos, se les pidieron valoraciones en una escala de 1 a 5. En lo referente a la importancia, 1 sería carece de importancia, y 5 que es una habilidad imprescindible para la actividad. Por su parte, en la escala de conocimiento, 1 significa desconocimiento y 5 desarrollo pleno de esa competencia.

Como muestran las valoraciones en la Tabla 6.2, los miembros del comité consideran bastante importantes las competencias presentadas, sin embargo, no consideran del todo competentes a los comerciantes autónomos de Castilla-La Mancha. Hay unanimidad en considerar indispensables las habilidades de atención al cliente y el conocimiento del producto, mientras que por el contrario, el conocimiento de idiomas recibe las puntuaciones más bajas. También es en el conocimiento de idiomas donde los expertos consideran a los autónomos menos capacitados. Siguen por la parte baja, en cuanto a la capacidad, la identificación de riesgos y las relaciones y trámites con la administración. Por el contrario, en las que han considerado las competencias más importantes, si creen que están capacitados los autónomos, y están tanto la relación con el

cliente como el conocimiento del producto, como las competencias más valoradas.

Tabla 6.2 *Valoración de la importancia y capacidad de las competencias propias de los autónomos dedicados al comercio*

		1	2	3	4	5
	Importancia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5
	Conocimiento:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2	3	<input type="radio"/>
	Importancia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	5
	Conocimiento:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	2	2
	Importancia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	1	3
	Conocimiento:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	4	1	<input type="radio"/>
	Importancia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2	3
	Conocimiento:	1	1	3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Importancia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	1	2	2
	Conocimiento:	<input type="radio"/>	2	2	1	<input type="radio"/>
	Importancia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	2	3
	Conocimiento:	<input type="radio"/>	1	2	1	1
	Importancia:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	3	2
	Conocimiento:	1	<input type="radio"/>	1	3	<input type="radio"/>
	Importancia:	<input type="radio"/>	1	2	2	<input type="radio"/>
	Conocimiento:	1	3	1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Abril 2020

La mayor dicotomía entre importancia y capacidad se fija según las valoraciones de los expertos en la identificación y gestión de los riesgos, referida esta competencia a todos los tipos de riesgos a los que puedan estar los negocios.

También se ve cierta diferencia, aunque menos acentuada en la relación entre capacidad e importancia conferida a la competencia en estrategias de ventas, tan fundamental para un sector como el que se está analizando. Esto vuelve a ser debido a que al menos uno de los expertos se ha desmarcado con una puntuación especialmente baja en la capacidad que consideran tienen los miembros de la muestra que se estudia.

Por su parte, se pueden ver los resultados de las valoraciones de los encuestados en los Gráficos 6.6 y 6.7. En ellos se representan los dos tipos de valoraciones que se pidieron a las personas trabajadoras autónomas del comercio, que participaron en el estudio.

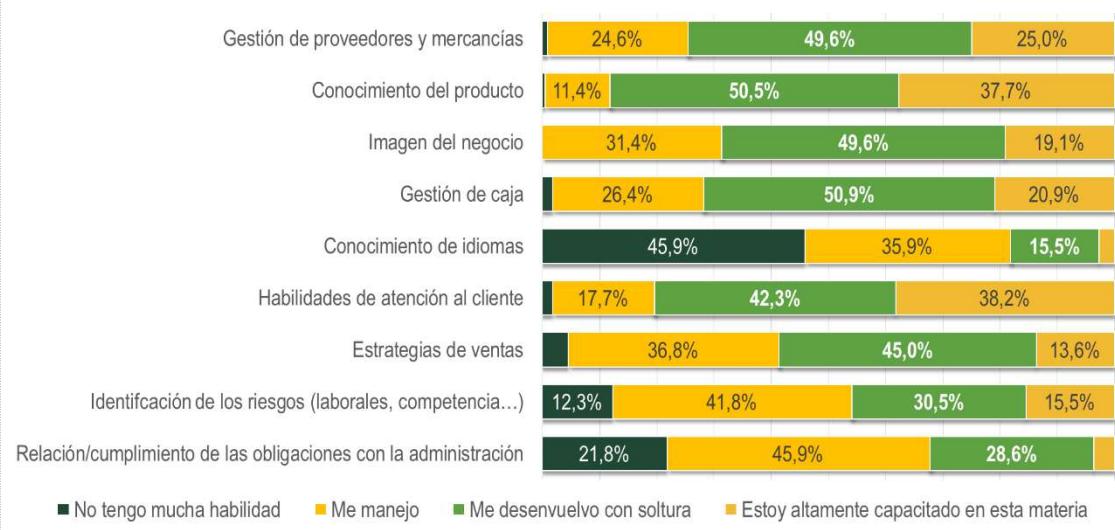
A diferencia de los expertos, para facilitar las respuestas, a las personas encuestadas se les presentaron dos escalas nominativas, a través de las cuales también se les pidió que valorasen la importancia de las competencias que se identificaron como las propias de su actividad, por un lado, y por otro, que indicasen como de capacitados o qué nivel de conocimiento tenían en cada una de la materias que se les presentaban. Por este motivo, ambos gráficos se presentan contiguos en una misma página, para poder hacer una comparación entre la importancia y la capacidad autopercebida que los encuestados han dado a las competencias examinadas.

Gráfico 6.6 Valoración de la importancia que los encuestados confieren a las competencias catalogadas como propias de su sector



FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Gráfico 6.7 Autovaloración del conocimiento propio de los encuestados sobre las competencias catalogadas



FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

En una primera observación, se puede apreciar claramente como es mucho mayor la importancia con la que valoran las materias, al conocimiento que consideran tener de las mismas. Prácticamente todas las competencias suman el 80% en las categorías importante e imprescindible. Destaca, por ser única, la valoración más baja de los idiomas, pero aun así el 52,7% de las personas consultadas, consideran importante esta habilidad para su gremio. No es de extrañar, que es en esta competencia, donde los entrevistados se ven menos hábiles. Un mayoritario 45,9% dice no tener mucha habilidad con los idiomas, y el 35,9% dice manejarse.

Sin duda, la competencia más importante para los encuestados es el conocimiento del producto. El 59,1% lo considera imprescindible y el 39,1% importante. Es también la competencia en la que se sienten más preparados, en la línea con la situación opuesta que se observaba con los idiomas. El 37,7% dice estar altamente capacitado en esta materia, mientras que el 50,5% asegura desenvolverse con soltura. Sin bien, no esta competencia la que aglutina más respuestas estoy altamente capacitado. Ese puesto lo ocupan las habilidades de atención al cliente con un 38,2%. En importancia, estas habilidades suman más el 90% de respuestas repartidas casi por igual entre las dos categorías que indican la importancia máxima, pudiéndose decir que sería la segunda competencia considerada más importante.

Dado que uno de los principales objetivos del estudio es averiguar necesidades formativas, se aprovecharán estas valoraciones, para detectar las principales carencias que los comerciantes puedan ver en sí mismos. Así, a pesar de que les confieren una importancia similar a la del resto de competencias, a diferencia de lo ocurría con los idiomas, dónde menos hábiles se sienten los autónomos de este sector es en la identificación de riesgos y las obligaciones y trámites con la administración. Un 21,8% reconoce no tener mucha habilidad para las gestiones con las entidades públicas, y la valoración mayoritaria ante esta competencia es me manejo, con un 45,9%. Por su parte, el análisis de los riesgos en los que puede incurrir el negocio tiene un 12,3% de encuestados con poca habilidad y un 41,8% que considera que se maneja.

Por tanto, las mayores carencias, estarían en esas competencias, que aun siendo consideradas importantes, las personas participantes en el estudio, no creen estar muy preparadas para desarrollarlas. Aunque también haya deficiencias en el conocimiento de idiomas, no es considerado importante, por lo que dejaría un margen menor de acción.

En menor medida, por las valoraciones del conocimiento tendentes a las categorías que representaban una menor habilidad, y teniendo en cuenta la importancia que tienen, pues son las propias de estas actividades, sería necesario un refuerzo de las estrategias de ventas y la imagen del negocio, que unidas a la digitalización, tan importantes son la actualidad.

Es destacable que en el grupo de discusión hubo pocas referencias al catálogo de competencias que se había recopilado a través de los informes de ocupaciones de FUNDAE. Se pasó por alto esta información, considerándose como sabida, es decir, no le dieron mayor importancia porque consideraron que los Gráficos 6.6 y 6.7, que también fueron presentados de la misma forma durante el grupo, representaban fielmente la realidad del colectivo objeto de estudio. No en vano, tal y como se ha indicado, tanto en la encuesta como en el grupo, es más la importancia que se da a las competencias catalogadas, que el conocimiento que los autónomos del sector comercio consideran tener en las mismas.



6.3



Intereses y preferencias formativas del universo de estudio

Por último, como parte de la detección de necesidades formativas, es importante ahondar en las características de la oferta, el conocimiento de los propios autónomos del comercio, y sus intereses a la hora de formarse.

¿Cuánto interés muestran las personas trabajadoras autónomas dedicadas al comercio en formarse? Para encontrar una orientación de respuesta a esta pregunta, los participantes fueron **preguntados sobre si habían realizado algún tipo de acción formativa en los últimos tres años**, ya fueran cursos, asistencia a ponencias etc. **Respondió afirmativamente el 47,8%** de la muestra. Al hacerse esta encuesta en paralelo a otro estudio que analiza el

conjunto de los trabajadores autónomos de todos los sectores y actividades económicas en Castilla-La Mancha, se aprecia que, en comparación, los comerciantes se forman menos que el resto de los afiliados al RETA, pues los resultados del estudio paralelo, arrojan que se forman el 62,3% de las personas trabajadoras autónomas.

Tabla 6.3 *Autónomos en función de las motivaciones para formarse o no formarse*

Sí, creo que siempre hay que actualizarse	25,6%
Sí, por requerimiento de mi negocio/trabajo	16,3%
Sí, he querido retomar mis estudios	2,0%
Sí, para emprender nuevos retos/escenarios en mi negocio	6,3%
Sí, para digitalizarme	15,0%
No necesito formación en este momento	23,9%
He buscado formación, peor no he encontrado lo que buscaba	12,3%
Desconozco la oferta formativa	16,9%
Puedo hacer frente a mi día a día sin ampliar mi formación	18,6%
Ns/Nc	2,0%

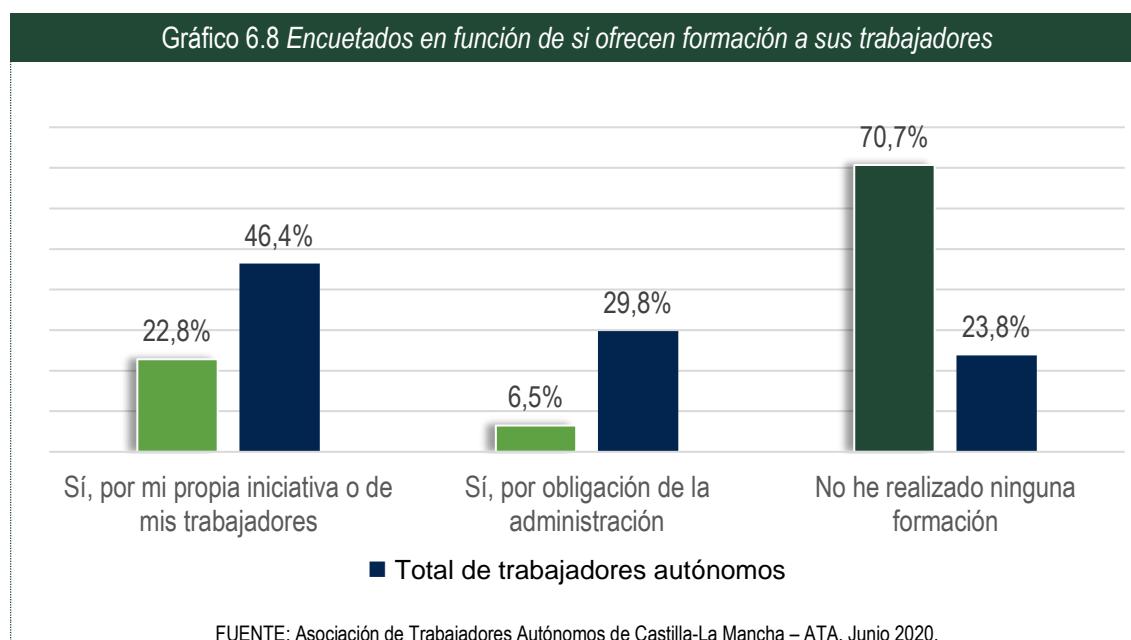
FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

En la pregunta multirespuesta, en la que los encuestados podían elegir hasta tres respuestas, destacan claramente dos categorías como las elegidas entre los participantes en el estudio. 1 de 4, se ha formado porque considera que siempre hay que actualizarse, mientras que un 23,9% cree que no necesita formación en este momento. Se podría considerar que estas son las principales motivaciones del colectivo objeto de estudio para formarse o no formarse.

Un 16,3% reconocer que han realizado la formación en algún sentido de forma obligatoria, pues lo requerían sus negocios. Destaca también que un 15% se ha formado en pro de digitalizarse.

Entre los motivos para formarse, también se encuentra un 18,6% de la muestra que no ha realizado ningún tipo de formación por poder hacer frente a su día a día sin formación. También destaca el desconocimiento de la oferta formativa, que asegura tener el 16,9% de los encuestados. Mientras que un 12,3% de los encuestados dice haber buscado formación y no haber encontrado lo que buscaban. Se trata sin duda de serias dificultades para poder actualizar a los miembros del colectivo.

Dado que hay autónomos que aparte de autoemplearse son a la vez empleadores, se preguntó si habían realizado formación para sus trabajadores. De entre los que tienen trabajadores, el 70,7% dice no haber a los trabajadores de sus empresas. Tan sólo un 22,8% ha realizado acciones formativas por iniciativa propia o de sus empleados.



Dado que el estudio se ha en paralelo con uno en el que analiza a la totalidad de personas trabajadoras autónomas en Castilla-La Mancha, se pudo comparar en este punto, en qué lugar concreto del total del colectivo, se encuentran los profesionales del comercio. El Gráfico 6.8 muestra claramente que los comerciantes forman menos a sus trabajadores, en comparación el 75,2% de los colegas de otros gremios.

Por su parte a los entrevistados que conformaron el comité de expertos también se les pidió una valoración del conocimiento que consideraban los componentes del universo del estudio tienen de la oferta formativa. En una escala de 1 a 5, se pretendía que valorasen, además del conocimiento que los autónomos tienen de la oferta formativa, cómo esta oferta se adapta a las necesidades de la población objeto de estudio, en las dos dimensiones que se presentan ante los dos tipos de competencias que están utilizando para este análisis.

El comité de expertos considera que los autónomos del comercio tienen un escaso conocimiento de la oferta formativa para ellos en la región. La media de sus valoraciones es de sólo 1,8 puntos sobre 5, siendo la moda 2 puntos.

Gráfico 6.9 Valoración de los expertos sobre el conocimiento que tiene el colectivo de la oferta formativa



FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Abril 2020.

Tabla 6.4 Valoración de la adaptación de la oferta formativa a las necesidades de los trabajadores autónomos

Competencias transversales	Competencias específicas
Poco: 2	Poco: 4
Bastante:3	Bastante:1

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Abril 2020.

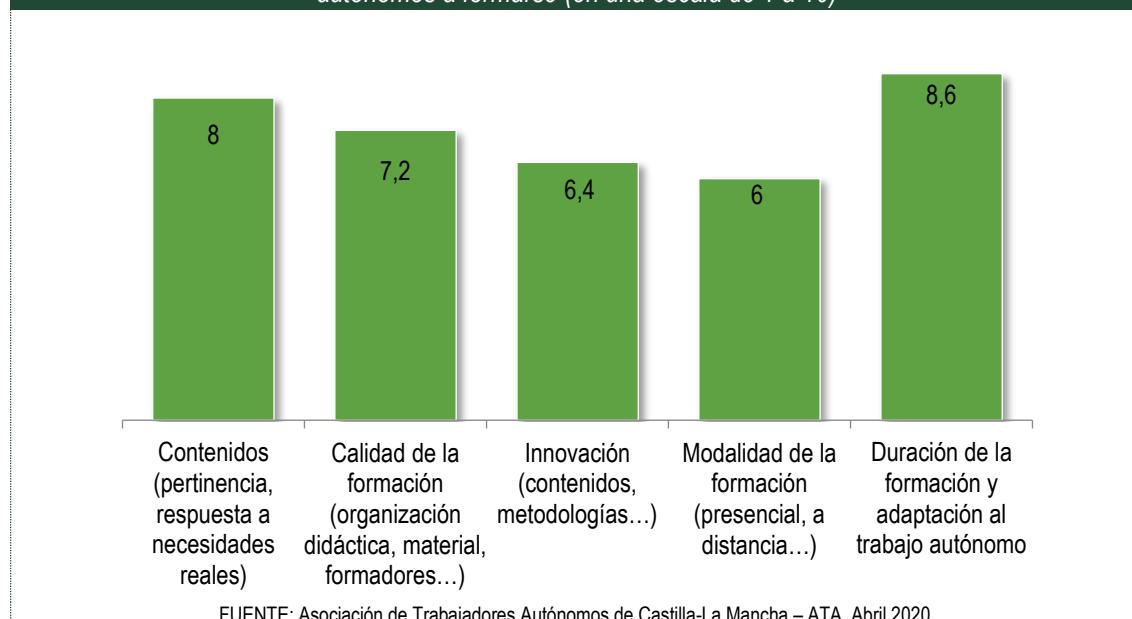
Si bien ninguno de los miembros del comité posicionó en las categorías extremas, mucho o nada, su valoración en cuenta a lo adaptadas que está la oferta a las necesidades del colectivo no cabe dudad que consideran mejor adaptada la oferta en competencias transversales que específica. 4 de los 5 entrevistados indicaron que la formación específica se adapta poco, mientras que en la transversal, 3 entrevistados la consideran bastante adaptada.

A la luz de lo observado hasta ahora, sorprende que la oferta formativa sea mejor, en todo aquello en lo que en preguntas anteriores, los expertos han

considerado son posibles carencias formativas del sector comercio dentro del colectivo de los autónomos.

Para cerrar esta parte de las entrevistas y el análisis se plantearon 5 posibles motivaciones que pudieran llevar a los autónomos a formarse para que valorasen de 1 a 10. Dado que las valoraciones se mueven en una horquilla de 6 a 8,6 es de considerar que todos los aspectos son bastante importantes en opinión de los expertos.

Gráfico 6.10 *Valoración de posibles aspectos de la formación en función de cómo pueden motivar a los autónomos a formarse (en una escala de 1 a 10)*

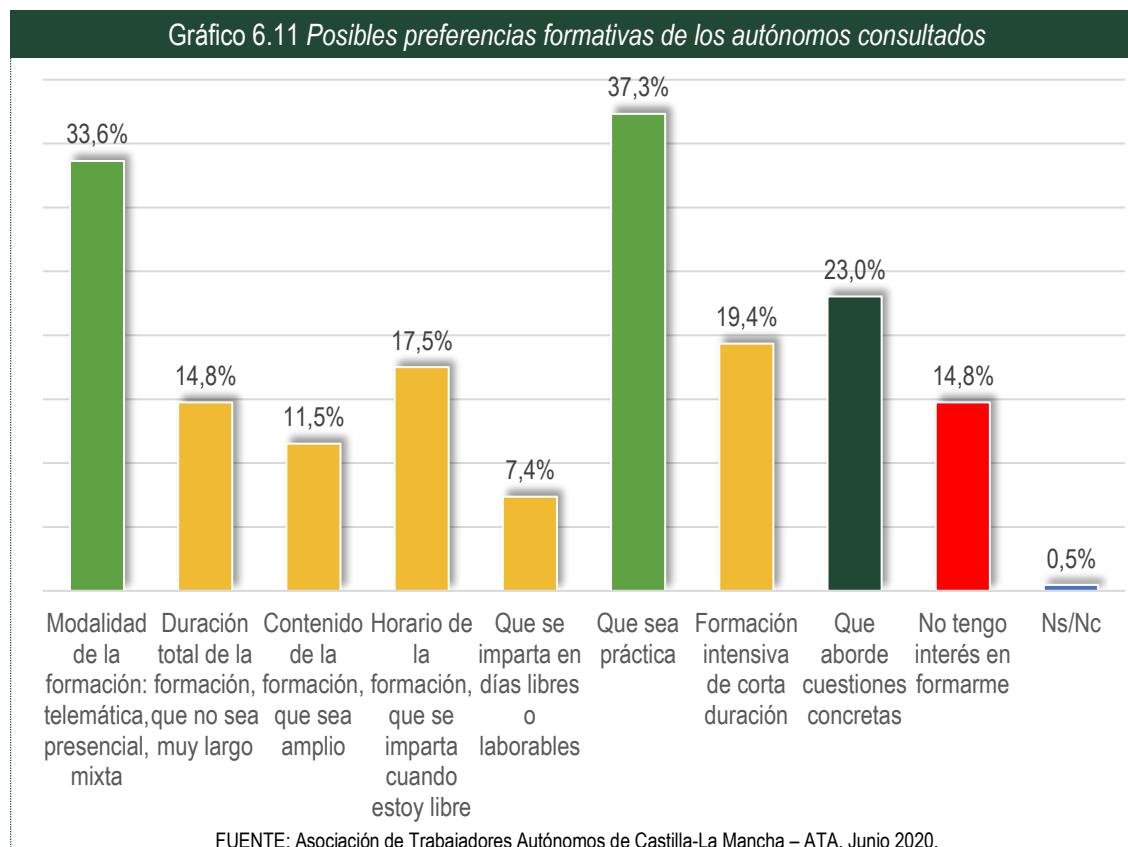


Sin embargo, claramente condic平naban fundamentalmente la duración de la formación para que esta se adapte al trabajo autónomo. En segundo lugar, con 8 puntos de media, posicionan los contenidos que se imparten en las formaciones, y dan también gran importancia a la calidad, que obtiene una valoración media de 7,2.

Para concluir, aunque por estudios anteriores, se conoce bastante bien cuáles son las preferencias o motivaciones para que los autónomos se formen, se preguntó de forma resumida por diversas cuestiones que puedan ayudar a hacer atractiva la formación.

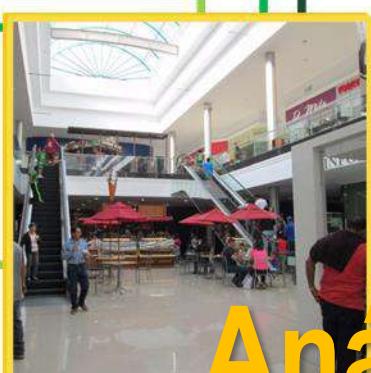
Claramente la principal petición de los comerciantes ante la formación es que sea práctica, como manifiesta el 37,3% de los encuestados. Muy de cerca, 1 de cada 3, valora la modalidad de la formación, es decir, que sea presencial o telemática.

Un 23% dice que pide que las acciones formativas aborden temas concretos y casi 1 de cada 4, da importancia a que las acciones sean intensivas y de corta duración. A lo que menos importancia otorgan es a que cuando se imparta la formación, no importando si es en días libres o laborables.



A pesar de no ser una de las categorías más numerosas, no es de obviar que hay un 14,8% de encuestados que dicen no tener interés en formarse.

Por tanto, en términos generales se podría decir que tanto los encuestados como los expertos coinciden en las preferencias e interés formativos de los trabajadores autónomos dedicados a actividades del sector comercio.



Análisis comparado: comercio al por mayor y al por menor y diferencias por sexos

7.1



Comparativa entre los comerciantes al por mayor y al por menor

7.1 Distribución de la muestra por tipo de negocio y sexo

	Por menor	Por mayor
Hombre	64,1%	63,6%
Mujer	35,9%	36,4%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La distribución por sexo del tipo de negocios de los entrevistados arroja interesantes resultados. Como se ha comprobado más de 6 de cada 10 castellanomanchegos entrevistados son hombres frente a 3,5 de cada 10 son mujeres. Esta brecha se detecta de igual manera en el tipo de negocio que los entrevistados regentan. Se estrecha ligeramente en los propietarios de un negocio al por mayor en el que las mujeres representan el 36,4% frente al 63,6% de los hombres.

7.2 Distribución de la muestra por tipo de negocio y grupos de edad

	Por menor	Por mayor
Menor de 25 años	1,0%	4,6%
Entre 26 y 35 años	3,5%	9,1%
Entre 36 y 45 años	12,6%	13,6%
Entre 46 y 55 años	33,3%	36,4%
Entre 56 y 65 años	47,0%	31,8%
Mayor de 65 años	2,5%	4,6%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

En la tabla 7.2 se encuentra la distribución por edad y tipo de negocio de los entrevistados. La categoría mayoritaria en los negocios al por menor es la de trabajadores autónomos entre 56 y 65 años, ligeramente superior a la edad más frecuente de los dueños de negocios al por mayor, donde un 36,4% de los entrevistados tienen entre 46 y 55 años.

7.3 Distribución de la muestra por tipo de negocio y antigüedad del negocio

	Por menor	Por mayor
Menos de 2 años	2,6%	9,1%
Entre 3 y 5 años	14,3%	22,7%
Entre 5 y 10 años	26,5%	4,6%
Más de 10 años	56,6%	63,6%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Sobre la antigüedad de los negocios de los entrevistados, más de la mitad confirma la solidez de sus trayectorias de más de 10 años al frente de sus negocios, un 56,6% de los que regentan un negocio al por menor y un 63,6% de los negocios al por mayor. También se observa una magnitud mayor en los negocios al por mayor de trayectorias más cortas, hasta 5 años que suponen el 31,8% de los entrevistados, frente al 16,9% de los negocios al por menor de hasta 5 años de trayectoria.

7.4 Distribución de la muestra por tipo de negocio y provincia

	Por menor	Por mayor
Albacete	16,7%	9,1%
Ciudad Real	26,3%	22,7%
Cuenca	14,7%	18,2%
Guadalajara	20,2%	36,4%
Toledo	22,2%	13,6%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La tabla 7.5 muestra la distribución provincial de los autónomos entrevistados según su tipo de negocio. En todas las provincias son mayoría los autónomos dedicados a la venta al por menor salvo en las excepciones de Cuenca y Guadalajara por sus particularidades socioeconómica y la influencia de la cercanía de la Comunidad de Madrid.

La tabla 7.6 muestra la distribución de los entrevistados según su máximo nivel de estudios alcanzado y el tipo de negocio que regentan. La categoría mayoritaria entre los dueños de negocios al por menor es la de Formación Profesional, en cambio en el caso de los autónomos al frente de negocios al por mayor la categoría mayoritaria es la de aquellos que hicieron el bachillerato. Se podría inferir entonces que el nivel de estudios de los regentes de comercios al por menor tienen un nivel de estudios mayor, pero observamos en la tabla 7.6 que los entrevistados que regentan negocios al por mayor son mayoría en las categorías de estudios más altas como Grado, diplomatura, licenciatura o Máster, Postgrado, Doctorado...

7.5 Distribución de la muestra por tipo de negocio y nivel de estudios alcanzado

	Por menor	Por mayor
Sin estudios	2,0%	0,0%
Certificado profesional	1,0%	9,1%
Estudios básicos (EGB, ESO)	22,2%	18,2%
Bachillerato	29,3%	31,8%
Formación profesional (I o II)	30,8%	13,6%
Grado, diplomatura, licenciatura	14,7%	18,2%
Máster, Postgrado, Doctorado...	0,0%	9,1%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

7.6 Distribución de la muestra por tipo de negocio y auto-valoración de formación general

	Media
Por menor	7,29
Por mayor	7,77

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La tabla 7.7 muestra la valoración media (1-10) del nivel de formación general que consideran los entrevistados que tienen para hacer frente al día a día de su negocio. Se observa que la valoración media es similar en ambos tipos de negocio, ligeramente superior en los autónomos que están al frente de negocios de venta al por mayor.

Los trabajadores autónomos, han de contar con habilidades como empresarios y gestores de su negocio, así como con los conocimientos propios del sector al que se dedica los que implica la multidimensionalidad de los trabajos que desarrollan al frente de los negocios, ya sean estos de venta al por menor o al por mayor. La categoría mayoritaria en ambos tipos de negocio es la señalada por aquellos que consideran que “Cuento con conocimientos básicos en gestión, pero sobre soy un profesional de mi sector”. Solo un 11,1% de los que regentan un negocio al por menor considera que “Estoy bastante capacitado para las tareas empresariales” situación que es todavía más grave entre los entrevistados al frente de un negocio al por mayor que tan solo en el 4,6% de las ocasiones marcaron esta categoría.

7.7 Distribución de la muestra por tipo de negocio y habilidades

	Por menor	Por mayor
Principalmente, tengo habilidades para las tareas propias de mi negocio/sector	28,8%	27,3%
Cuento con conocimientos básicos en gestión, pero sobre soy un profesional de mi sector	33,8%	36,4%
Estoy capacitado por igual para el desempeño empresarial como para las tareas propias de mi trabajo	22,7%	27,3%
Estoy bastante capacitado para las tareas empresariales	11,1%	4,6%
Mis conocimientos son principalmente de gestión del negocio	3,5%	0,0%
Ns/Nc	0,0%	4,6%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

7.8 Distribución de la muestra por tipo de negocio y valoración de la formación alcanzada

	Por menor	Por mayor
Sin haberme formado, no podría desarrollar mi actividad diaria	8,6%	4,5%
Aunque la experiencia cuenta, la formación ha sido muy necesaria en mi experiencia como empresario/a	21,7%	31,8%
Formarse ayuda, pero la experiencia es la principal fuente de conocimiento	37,4%	36,4%
La experiencia y el camino recorrido son las bases de mi negocio	31,8%	27,3%
Ns/Nc	0,5%	0,0%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Cuando los entrevistados fueron preguntados al respecto del valor que consideran que tienen la experiencia acumulada y la formación que hayan realizado en su conocimiento de cómo llevar su negocio los autónomos que regentan un negocio con venta al por menor respondieron en primer lugar “Formarse ayuda, pero la experiencia es la principal fuente de conocimiento” y en segundo lugar “La experiencia y el camino recorrido son las bases de mi negocio”. En el caso de los autónomos que están al frente de negocios con venta al por mayor la categoría mayoritaria fue “Formarse ayuda, pero la experiencia es la principal fuente de conocimiento” pero en segundo lugar otorgaron más importancia a “Aunque la experiencia cuenta, la formación ha sido muy necesaria en mi experiencia como empresario/a”.

7.9 Distribución de la muestra por tipo de negocio y formación en los últimos 3 años

	Por menor	Por mayor
Sí, creo que siempre hay que actualizarse	22,7%	45,5%
Sí, por requerimiento de mi negocio/trabajo	13,1%	18,2%
Sí, he querido retomar mis estudios	2,0%	0,0%
Sí, para emprender nuevos retos/escenarios en mi negocio	7,1%	0,0%
Sí, para digitalizarme	15,2%	4,6%
No necesito formación en este momento	26,3%	22,7%
He buscado formación, peor no he encontrado lo que buscaba	13,1%	18,2%
Desconozco la oferta formativa	20,2%	9,1%
Puedo hacer frente a mi día a día sin ampliar mi formación	21,7%	22,7%
Ns/Nc	1,0%	0,0%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La tabla 7.9 muestra los resultados de los entrevistados que fueron preguntados por si habían realizado alguna acción formativa en los últimos 3 años. En el caso de los autónomos al frente de un negocio de venta al por menor la categoría mayoritaria de respuestas es “No necesito formación en este momento” lo que refleja la actitud del 26,3% de los entrevistados, que sumados al 21,7% que responde “Puedo hacer frente a mi día a día sin ampliar mi formación” deja un amplio contingente de regentes de negocios de venta al por menor que no tienen interés en formarse. Sin embargo, un 22,7% de los entrevistados en este target respondía “Sí, creo que siempre hay que actualizarse”.

En el caso de los autónomos que regentan negocios de venta al por mayor un 45,5% de los entrevistados considera que “Sí, creo que siempre hay que actualizarse” lo que demuestra una actitud diferente que sus colegas de los negocios de venta al por menor.

La tabla 7.10 muestra los datos referentes a si los entrevistados que tienen empleados han realizado alguna acción formativa para ellos en los últimos 3 años. La mayoría de los autónomos con empleados a su cargo que regentan negocios al por menor no han realizado ninguna formación para sus empleados. En el caso de los autónomos al frente de negocios de venta al por mayor la mayoría si han ofrecido formación a sus trabajadores algún tipo de formación en los últimos 3 años, pero lo han hecho por obligación administrativa.

7.10 Distribución de la muestra por tipo de negocio y formación de sus empleados en los últimos 3 años

	Por menor	Por mayor
No tengo empleados	45,0%	4,6%
Sí, por mi propia iniciativa o de mis trabajadores	12,1%	31,8%
Sí, por obligación de la administración	3,5%	36,4%
No he realizado ninguna formación	39,4%	27,3%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La tabla 3.10 muestra los datos referentes a si los entrevistados que tienen empleados han realizado alguna acción formativa para ellos en los últimos 3 años. La mayoría de los autónomos con empleados a su cargo que regentan negocios al por menor no han realizado ninguna formación para sus empleados. En el caso de los autónomos al frente de negocios de venta al por mayor la mayoría si han ofrecido formación a sus trabajadores algún tipo de formación en los últimos 3 años, pero lo han hecho por obligación administrativa.

Dado que, respecto de las valoraciones que hacen los autónomos dedicados al comercio al por menor y al por mayor, difieren muy poco de las importancias conferidas a nivel general, se procederá directamente al análisis de las autovaloraciones que sus capacidades hacen los encuestados en cada una de las habilidades que se están estudiando.

A la vista de la Tabla 7.11, se manifiesta que son los mayoristas los que han dado la posición de gran capitación al conocimiento del producto, pues para estos sigue siendo la competencia más relevante, pero no así, para los minoristas, de los que un nada desdeñable 51,5% se considera desenvuelto en esta habilidad. Pero, entre los que se dedican al comercio al por menor, competencia en la que se sienten altamente capacitados es en la habilidad de atención al cliente.

Si bien, también se comprueba, que por la general los autónomos minoristas, son más modestos que los sus colegas mayoristas, y los porcentajes de estos en la categoría estoy altamente capacitado, son más bajos.

7.11 Autovaloración de la capacidad en las competencias propias del comercio

	No tengo mucha habilidad	Me manejo	Me desenvuelvo con soltura	Estoy altamente capacitado en esta materia
Por menor				
Gestión de proveedores y mercancías	1,0%	25,3%	48,5%	25,3%
Conocimiento del producto	0,5%	11,1%	51,5%	36,9%
Imagen del negocio	0,0%	31,8%	49,5%	18,7%
Gestión de caja	2,0%	25,3%	50,5%	22,2%
Conocimiento de idiomas	49,0%	35,9%	13,1%	2,0%
Habilidades de atención al cliente	2,0%	17,2%	42,9%	37,9%
Estrategias de ventas	16,2%	38,9%	33,8%	11,1%
Identificación de los riesgos (laborales, competencia...)	12,6%	40,9%	30,3%	16,2%
Relación/cumplimiento de las obligaciones con la administración	22,7%	42,9%	30,3%	4,0%
Por mayor				
Gestión de proveedores y mercancías	0,0%	18,2%	59,1%	22,7%
Conocimiento del producto	0,0%	13,6%	40,9%	45,5%
Imagen del negocio	0,0%	27,3%	50,0%	22,7%
Gestión de caja	0,0%	36,4%	54,6%	9,1%
Conocimiento de idiomas	18,2%	36,4%	36,4%	9,1%
Habilidades de atención al cliente	0,0%	22,7%	36,4%	40,9%
Estrategias de ventas	4,6%	27,3%	50,0%	18,2%
Identificación de los riesgos (laborales, competencia...)	9,1%	50,0%	31,8%	9,1%
Relación/cumplimiento de las obligaciones con la administración	13,6%	72,7%	13,6%	0,0%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

El conocimiento de idiomas vuelve a ser el talón de Aquiles de los del comercio al por menor, donde casi la mitad dice no tener mucha habilidad. Sin embargo, entre los mayoristas 1 de cada 3 dice manejarse, e incluso otro tercio dice desenvolverse con soltura. Aún, así la competencia en la que los que no hacen venta directa al público, en conjunto, se sienten menos capacitados.

Por lo demás, las carencias siguen estando en las competencias más genéricas que se podrían identificar como de gestión empresarial, y sobre todo entre los autónomos del comercio al por menor. Estas competencias serían: las

obligaciones con la administración, la identificación de riesgos y las estrategias de ventas.

7.12 Distribución de la muestra por tipo de negocio y preferencias en formación

	Por menor	Por mayor
Modalidad de la formación: telemática, presencial, mixta	33,3%	36,4%
Duración total de la formación, que no sea muy largo	15,4%	9,1%
Contenido de la formación, que sea amplio	11,8%	9,1%
Horario de la formación, que se imparta cuando estoy libre	16,9%	22,7%
Que se imparta en días libres o laborables	7,7%	4,6%
Que sea práctica	36,9%	40,9%
Formación intensiva de corta duración	19,0%	22,7%
Que aborde cuestiones concretas	24,1%	13,6%
No tengo interés en formarme	15,9%	4,6%
Ns/Nc	0,5%	0,0%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

En último lugar, la tabla 7.12 muestra las preferencias de los entrevistados en lo referente a la formación. Se observa que independientemente del tipo de negocio ambos targets dan mucho valor a que la formación sea práctica. En segundo lugar, los entrevistado destacan la importancia de la modalidad de la formación (telemática, presencial, mixta). Los autónomos al frente de negocios al por menor están interesados en formación sobre cuestiones concretas, mientras que aquellos trabajadores por cuenta propia de negocios al por mayor requieren una formación intensiva y de corta duración.



7.2



Diferencias entre sexos

Como se podía comprobar en análisis de los resultados totales de la encuesta, el volumen de mujeres es bastante importante en esta actividad que tiene especial repercusión para organizaciones como ATA, pues no siendo una

organización sectorial, representa a un sector donde el comercio es notablemente mayoritario.

Es por este motivo que se ha optado por realizar este cruce de variables en por de comprobar si hay un perfil diferencia que implique la necesidad de acciones concretas en función del género.

7.13 Distribución de la muestra por variable de sexo y grupos de edad

	Mujer	Hombre
Menor de 25 años	1,0%	1,9%
Entre 26 y 35 años	5,0%	3,4%
Entre 36 y 45 años	15,8%	14,6%
Entre 46 y 55 años	35,6%	36,4%
Entre 56 y 65 años	40,6%	41,3%
Mayor de 65 años	2,0%	2,4%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La tabla 7.13 muestra la distribución de los entrevistados por franja de edad y sexo. No se observan grandes diferencias entre los autónomos y autónomas que tienen en su mayoría de 56 a 65 años.

7.14 Distribución de la muestra por variable de sexo y antigüedad del negocio

	Mujer	Hombre
Menos de 2 años	5,9%	3,9%
Entre 3 y 5 años	14,9%	15,3%
Entre 5 y 10 años	15,8%	25,1%
Más de 10 años	63,4%	55,7%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

7.15 Distribución de la muestra por variable de sexo y número de empleados

	Mujer	Hombre
No tengo empleados	52,5%	44,2%
Hasta 5 empleados	37,6%	42,2%
Hasta 10 empleados	5,9%	8,3%
Más de 10 empleados	4,0%	5,3%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Atendiendo a la antigüedad de los negocios de los entrevistados y su cruce con la variable sexo destaca que las mujeres entrevistadas tienen negocios más antiguos que sus compañeros hombres. Un 63,4% de las entrevistadas, frente a

un 55,7% de los entrevistados regentan negocios de más de 10 años de antigüedad.

La mayoría de mujeres entrevistadas (52,5%) no tienen empleados a su cargo, y en el caso de los hombres prácticamente 6 de cada 10 si es un autónomo empleador, mayoritariamente menos de 5 empleados en el 42,2% de los casos.

7.16 Distribución de la muestra por variable de sexo y provincia

	Mujer	Hombre
Albacete	10,9%	25,2%
Ciudad Real	23,8%	23,3%
Cuenca	14,9%	9,7%
Guadalajara	14,9%	18,0%
Toledo	35,6%	23,8%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La tabla 7.16 muestra la distribución provincial de los entrevistados por sexo. Las mujeres son mayoría en Toledo y apenas 1 de cada 10 desarrolla su actividad laboral en Albacete. Los hombres entrevistados se encuentran repartidos mayoritariamente entre Albacete, Ciudad Real y Toledo.

3.17 Distribución de la muestra por variable de sexo y nivel de estudios alcanzado

	Mujer	Hombre
Sin estudios	0,0%	3,5%
Certificado profesional	3,0%	2,5%
Estudios básicos (EGB, ESO)	21,8%	25,5%
Bachillerato	26,7%	26,5%
Formación profesional (I o II)	31,7%	24,5%
Grado, diplomatura, licenciatura	13,9%	16,0%
Máster, Postgrado, Doctorado...	3,0%	1,5%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Con respecto al nivel de estudios alcanzado por los entrevistados y como apunta la literatura académica el nivel de estudios de las mujeres es superior al de los hombres. La categoría mayoritaria entre ellas es la del grado de FP y para ellos es la categoría de Bachillerato.

La tabla 7.18 muestra la valoración media (1-10) del nivel de formación general que consideran los entrevistados que tienen para hacer frente al día a día de su negocio. Se observa que la valoración media es similar para ambos sexos,

ligeramente superior en el caso de las mujeres que en el de los hombres, lo que se corresponde con su nivel formativo que también es superior.

7.18 Distribución de la muestra por variable de sexo y auto-valoración de formación general

	Media
Mujer	7,34
Hombre	7,22

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Como se mencionaba anteriormente los trabajadores autónomos, han de contar con habilidades como empresarios y gestores de su negocio, así como con los conocimientos propios del sector al que se dedica los que implica la multidimensionalidad de los trabajos que desarrollan al frente de los negocios.

7.19 Distribución de la muestra por variable de sexo y habilidades

	Mujer	Hombre
Principalmente, tengo habilidades para las tareas propias de mi negocio/sector	27,7%	36,0%
Cuento con conocimientos básicos en gestión pero sobre soy un profesional de mi sector	33,7%	32,0%
Estoy capacitado por igual para el desempeño empresarial como para las tareas propias de mi trabajo	23,8%	18,5%
Estoy bastante capacitado para las tareas empresariales	9,9%	8,5%
Mis conocimientos son principalmente de gestión del negocio	5,0%	4,0%
Ns/Nc	0,0%	1,0%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

En este sentido la distribución por sexo muestra que la categoría mayoritaria para ambos es la de los que se identifican con la siguiente afirmación “Cuento con conocimientos básicos en gestión, pero sobre soy un profesional de mi sector”. Pero un 36% de los hombres entrevistados reconocen que “Principalmente, tengo habilidades para las tareas propias de mi negocio/sector” frente al 27,7% de sus compañeras mujeres.

Llama la atención la diferencia entre mujeres y hombres en la categoría de “Estoy capacitado por igual para el desempeño empresarial como para las tareas propias de mi trabajo” señalada por un 23,8% de las mujeres entrevistadas y solo por un 18,5% de los hombres.

Cuando los entrevistados fueron preguntados al respecto del valor que consideran que tienen la experiencia acumulada y la formación que hayan realizado en su conocimiento de cómo llevar su negocio el análisis por sexo arroja resultados interesantes. La categoría mayoritaria entre las mujeres entrevistadas con un 43,6% de las respuestas es “Formarse ayuda, pero la experiencia es la principal fuente de conocimiento”. En cambio, en el caso de los hombres la categoría mayoritaria es “La experiencia y el camino recorrido son las bases de mi negocio” con un 34% de los entrevistados.

7.20 Distribución de la muestra por variable de sexo y valoración de la formación alcanzada

	Mujer	Hombre
Sin haberme formado, no podría desarrollar mi actividad diaria	7,9%	14,0%
Aunque la experiencia cuenta, la formación ha sido muy necesaria en mi experiencia como empresario/a	24,8%	21,0%
Formarse ayuda, pero la experiencia es la principal fuente de conocimiento	43,6%	30,0%
La experiencia y el camino recorrido son las bases de mi negocio	22,8%	34,0%
Ns/Nc	1,0%	1,0%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Cuando los entrevistados fueron preguntados al respecto del valor que consideran que tienen la experiencia acumulada y la formación que hayan realizado en su conocimiento de cómo llevar su negocio el análisis por sexo arroja resultados interesantes. La categoría mayoritaria entre las mujeres entrevistadas con un 43,6% de las respuestas es “Formarse ayuda, pero la experiencia es la principal fuente de conocimiento”. En cambio, en el caso de los hombres la categoría mayoritaria es “La experiencia y el camino recorrido son las bases de mi negocio” con un 34% de los entrevistados.

La tabla 7.21 muestra los resultados de los entrevistados que fueron preguntados por si habían realizado alguna acción formativa en los últimos 3 años. En ambos sexos la categoría mayoritaria fue la de aquellos que entienden la importancia de la formación para el éxito de su negocio y señalaron “Sí, creo que siempre hay que actualizarse”, aunque los porcentajes son similares a aquellos que escogieron “No necesito formación en este momento”.

7.21 Distribución de la muestra por variable de sexo y formación en los últimos 3 años

	Mujer	Hombre
Sí, creo que siempre hay que actualizarse	24,8%	26,0%
Sí, por requerimiento de mi negocio/trabajo	20,8%	14,0%
Sí, he querido retomar mis estudios	2,0%	2,0%
Sí, para emprender nuevos retos/escenarios en mi negocio	8,9%	5,0%
Sí, para digitalizarme	18,8%	13,0%
No necesito formación en este momento	23,8%	24,0%
He buscado formación, peor no he encontrado lo que buscaba	12,9%	12,0%
Desconozco la oferta formativa	16,8%	17,0%
Puedo hacer frente a mi día a día sin ampliar mi formación	19,8%	18,0%
Ns/Nc	1,0%	2,5%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

7.22 Distribución de la muestra por variable de sexo y formación de sus empleados en los últimos 3 años

	Mujer	Hombre
No tengo empleados	49,5%	42,5%
Sí, por mi propia iniciativa o de mis trabajadores	17,8%	13,5%
Sí, por obligación de la administración	3,0%	4,5%
No he realizado ninguna formación	29,7%	39,5%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

La tabla 7.22 muestra los datos referentes a si los entrevistados que tienen empleados han realizado alguna acción formativa para ellos en los últimos 3 años. El cruce con la variable sexo revela que son más (39,5%) los hombres autónomos que no han realizado ningún tipo de formación para sus empleados en los últimos 3 años que el número de sus compañeras mujeres que se encuentran en esa situación (29,7%).

El conocimiento de idiomas vuelve a ser la competencia en las que menos competentes se consideran los encuestados de ambos性, pero se sienten algo más capacitadas que los varones. Mientras que casi la mitad de los hombres dice no tener mucha habilidad con otras lenguas, las mujeres que escogen este valor son el 40,5%. De este modo, en todos los demás porcentajes, superan a los hombres.

En la parte positiva, la competencia en la que más mujeres y hombres se sienten altamente capacitados es en las habilidades de atención al cliente, si bien las mujeres que han escogido esta respuesta son el 45,5%, y los hombres el 36,9%. Así en general, las mujeres se sienten más capacitadas que los hombres en general, en las competencias presentadas, pues sus porcentajes en los valores me desenvuelvo con soltura y estoy altamente capacitada son superiores a los de los hombres.

7.23 Autovaloración de la capacidad en las competencias propias del comercio

	No tengo mucha habilidad	Me manejo	Me desenvuelvo con soltura	Estoy altamente capacitado en esta materia
Mujer				
Gestión de proveedores y mercancías	1,3%	24,1%	49,4%	25,3%
Conocimiento del producto	1,3%	16,5%	48,1%	34,2%
Imagen del negocio	0,0%	29,1%	51,9%	19,0%
Gestión de caja	2,5%	30,4%	53,2%	13,9%
Conocimiento de idiomas	40,5%	38,0%	17,7%	3,8%
Habilidades de atención al cliente	2,0%	13,1%	39,4%	45,5%
Estrategias de ventas	16,2%	36,4%	34,3%	13,1%
Identificación de los riesgos (laborales, competencia...)	8,1%	45,5%	32,3%	14,1%
Relación/cumplimiento de las obligaciones con la administración	20,2%	48,5%	29,3%	2,0%
Hombre				
Gestión de proveedores y mercancías	0,7%	24,8%	49,7%	24,8%
Conocimiento del producto	0,0%	8,5%	51,8%	39,7%
Imagen del negocio	0,0%	32,6%	48,2%	19,2%
Gestión de caja	1,4%	24,1%	49,7%	24,8%
Conocimiento de idiomas	48,9%	34,8%	14,2%	2,1%
Habilidades de atención al cliente	2,6%	15,9%	44,6%	36,9%
Estrategias de ventas	21,5%	40,5%	29,7%	8,2%
Identificación de los riesgos (laborales, competencia...)	11,3%	38,5%	32,3%	18,0%
Relación/cumplimiento de las obligaciones con la administración	21,0%	45,6%	26,7%	6,7%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

A diferencia de lo que se viene viendo en el resto de los aspectos analizados, las autónomas se sienten más capacitadas en la identificación de riesgos y las

estratégias de ventas. Pero a pesar de que mejoran su competitividad, son esas mismas competencias, que vienen señalándose como las más deficientes en el colectivo de los autónomos dedicados a actividades de comercio, son las mismas en análisis por sexos.

7.24 Distribución de la muestra por variable de sexo y preferencias en formación

	Mujer	Hombre
Modalidad de la formación: telemática, presencial, mixta	29,6%	35,8%
Duración total de la formación, que no sea muy largo	17,4%	14,0%
Contenido de la formación, que sea amplio	13,3%	11,9%
Horario de la formación, que se imparta cuando estoy libre	16,3%	19,7%
Que se imparta en días libres o laborables	7,1%	6,2%
Que sea práctica	33,7%	37,3%
Formación intensiva de corta duración	26,5%	16,6%
Que aborde cuestiones concretas	24,5%	19,7%
No tengo interés en formarme	17,4%	14,5%
Ns/Nc	0,0%	0,5%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

En último lugar, la tabla 7.24 muestra las preferencias de los entrevistados en lo referente a la formación y su cruce con la variable sexo. Las mujeres le otorgan importancia a que la formación sea práctica en primer lugar, después a la modalidad de formación y en tercer lugar prefieren una formación intensiva de corta duración. Los hombres le otorgan importancia a que la formación sea práctica en primer lugar, después a la modalidad de formación y en tercer lugar mencionan que la formación aborde cuestiones concretas y el horario de la misma.



Principales conclusiones del estudio

Para la composición de las conclusiones, se partirá de las que ya se tienen recopiladas gracias a las técnicas de investigación desarrolladas, pues tanto a los miembros del comité de expertos, como a los participantes en el grupo de discusión, se les pidió de algún modo que aportasen algún tipo de conclusión a la información aportada.

Por otro lado, como se ha indicado en diversos apartados de este estudio, en paralelo a este análisis se ha estado realizando otro análisis referente al total del colectivo del trabajo autónomo en el que se han pretendido detectar las necesidades formativas para la superación de los efectos de la pandemia por COVID-19. Dado que los autónomos del sector comercio, se ven también afectados por esta crisis, se aprovecharán algunos de los datos y conclusiones que se han recopilado para ese estudio paralelo, a fin de ofrecer un visión más amplia, y aplicar también a este sector del colectivo autónomo las medidas que les sean necesarias para la superación de la crisis citada.



8.1



Conclusiones extraídas de los participantes del estudio

8.1.1 Conclusiones del comité de expertos

No se podía dejar pasar la oportunidad, al realizar esta acción, que contando con personas conocedoras de diferentes aspectos de la realidad y el colectivo que se estudiaba, hicieran un análisis conclusivo de los fines del estudio. Para ello, la entrevista finalizaba con tres preguntas encaminadas a obtener una visión global de los asuntos tratados.

En primer lugar, se formuló una pregunta abierta en la que se pedía a los participantes, expusieran los problemas y posibles mejoras que se podrían introducir en la oferta de formación para profesional para el empleo, que se está dando en la región a las personas trabajadoras autónomas del sector comercio. Las respuestas dadas fueron las siguientes:

■ Entrevista 1

Problemas: errores en la comunicación y falta de organización en sus horarios.

Mejoras: Cursos parte presencial y parte online (adaptación de horarios), mejor comunicación (asegurándose de que les llegue la información, les sea atractiva, y deseen hacerla). Ampliar abanico de temas, no sólo marketing digital (más usuales), sino habilidades de venta, búsqueda de nuevos mercados, y sobre todo, cursos enfocados a cambiar su enfoque comercial y de ventas (hacerlos proactivos).

■ Entrevista 2

Identificación de materias que puedan mejorar y repercutir en la mejora de sus negocios.

Facilidad y adaptación a la hora de recibir la formación.

■ Entrevista 3

La difusión de la oferta formativa es mejorable y deberían reforzar los canales de comunicación.

■ Entrevista 4

Se ha de impulsar el sector, identificar cuáles son sus necesidades y adaptarlo a las nuevas formas de presentación de los productos.

Hoy en día, se ha tener una web como mínimo, aunque no se venda por internet, simplemente como verificación de la existencia del comercio o negocio. Hay que reforzar mucho las nuevas tecnologías.

Hay que hablar con los autónomos del comercio, organizar muchos cursos. Se requieren fórmulas más modernas que les ayuden a dar información de sus negocios.

Se han de reforzar habilidades como la fidelización y la presentación del producto.

■ Entrevista 5

Problemas: ajuste tiempo de los autónomos. Hay que crear interés. consideran que no les hace falta.

Mejoras: hacerlo accesible. Lo mejor es la formación mixta, pero sobre todo online

Comenzando por las propuestas de mejora, si se recuerda el análisis referido a las preferencias del colectivo en el capítulo 6, se comprueba que van encaminadas a las mismas cuestiones que ya se trataron en ese momento. Se refuerza mucho la necesidad de una oferta amplia que cubra cantas más opciones de modalidades formativas sean posibles para que de este modo, se adapte a todas las circunstancias que los componentes del universo del estudio puedan presentar.

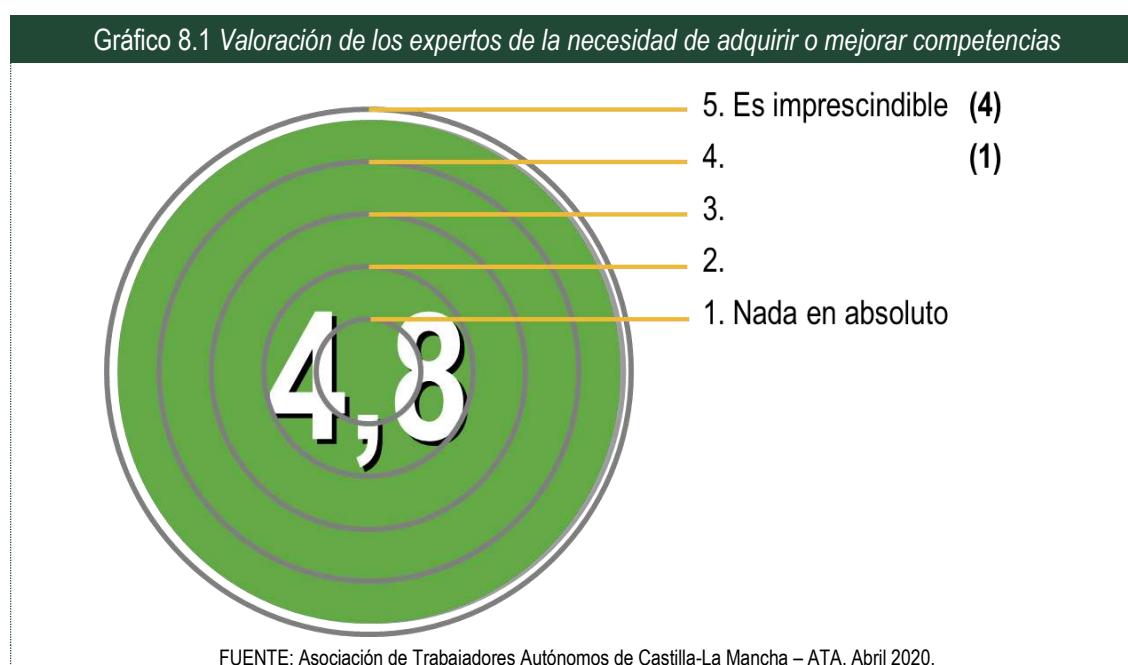
También se hace un gran hincapié en que la oferta proponga una gran variedad de temáticas, pues el colectivo que se analiza es muy amplio, incluye comerciantes de todo tipo de productos, con entornos diferentes, incluso de edades muy dispares, lo que hace que difícil uno de los principales cometidos de este trabajo, que es centrar las competencias en las que se ha de formar a los autónomos. Al final, en definitiva, cada persona tendrá sus necesidades propias, y unos comerciantes estarán mejor formados que en otros, o contarán con un diferente nivel formativo en según qué áreas.

En lo que se refiere a los problemas, se repiten como los más importantes la comunicación de la oferta, que genera un gran desconocimiento por parte de los

autónomos a los que va dirigida. Queda marcada la idea de que hay un gran desconocimiento de los cursos y acciones formativas a los que tienen acceso.

Por otro lado, se destaca también como problema la falta de adaptación de la oferta formativa a las necesidades o características del colectivo. Por su dedicación y horarios, y sin olvidar la conciliación con la vida familiar, los trabajadores por cuenta propia en actividades de comercio tienen grandes limitaciones horarias, que dificultan su acceso o sus posibilidades de formarse. Es por ello que se proponía como mejora un amplio abanico de posibilidades, pues cuantas más opciones, más fácil será que alguna se ajuste a las necesidades de cada persona en concreto.

Preguntados sobre en qué medida creen que la adquisición o mejora de algunas competencias pueden ayudar a los autónomos del sector comercio ante situaciones de crisis como la provocada por la COVID-19, los miembros del comité lo tienen claro: es imprescindible.



En una escala valorativa de 1 a 5, como se muestra en el Gráfico 8.1, la media del comité se sitúa en 4,8 puntos en cuanto a la importancia de seguir adquiriendo o mejorando las competencias para el desempeño de las tareas diarias de los negocios. Menos unos de los expertos que puntuó con un 4, el resto se decantó por la puntuación máxima, equivalente a que no creen que los negocios puedan mantenerse en una proyección temporal amplia, sin que sus

propietarios y gestores trabajen sus competencias, las mejores y actualicen en función de las demandas del mercado y las posibilidades de nuevas herramientas, canales de venta, o productos que ofrecer al público.

Como cierre definitivo, las entrevistas finalizaban con otra pregunta abierta, y muy genérica: *Si desea aclarar o señalar algo respecto a las preguntas respondidas o alguna cuestión de consideración de importancia respecto de los temas tratados, indíquelo a continuación*. De este modo, se daba rienda suelta a que los expertos pudieran opinar acerca de los temas planteados, buscando así establecer criterios para el resto del trabajo a realizar y obtener conclusiones diferentes a las que por el propio formato de trabajo pudieran ofrecer las personas expertas.

Sin embargo sólo dos de los entrevistados añadieron información extra, principalmente haciendo una crítica al sistema, pidiendo que se ponga en valor el trabajo autónomo, más aún con las consecuencias que la crisis pandémica está dejando en el sector.

8.1.2 ■ Principales resultados del grupo de discusión

Para la realización del análisis del grupo de discusión, se establecen como guía los distintos aspectos a tratar que fueron presentados al grupo.

■ Evolución de los autónomos y el sector comercio en Castilla-La Mancha

Ante la evolución del sector en la situación actual de crisis se destacó que el COVID-19 no ha sido tan dañino como la crisis de 2008. Se apostilla que fue peor, no por el punto de explosión de la crisis, sino porque al venir de una situación previa de bonanza, mucha gente que tenía ahorros al verse sin trabajo montó negocios sin tener ni idea. Se pone así en valor desde un primer momento la importancia de tener competencias y de la formación como manera de adquirirlas.

En cuanto a la evolución, desde las organizaciones empresariales se pone de relieve una situación dicotómica en la región, y que, por el contrario de lo que se pudiera pensar, hay un despunte del comercio, en localidades medianas.

Si bien los comerciantes presenten en el grupo, pronto dejan ver los problemas a los que se enfrentan en su día a día:

El cambio en los hábitos de consumo ha hecho que nos acostumbremos a lo barato (...) el pequeño comercio no está preparado para las nuevas formas de consumo, (...pero siempre tendrá el...) valor añadido del trato directo y la proximidad.

Se vive un punto de inflexión ante el que hay que reaccionar para solventar las deficiencias. Algunas organizaciones tienen identificados los problemas y proponen poner en marcha campañas en varias direcciones:

Lo primero poner en marcha iniciativas que hagan más atractivo el pequeño comercio (...) hacer partícipes y pedir ayuda a las administraciones, principalmente a los ayuntamientos (...) indudablemente potenciar a toda costa la venta online.

Se pone muy de relieve, tocando ya el siguiente capítulo, la necesidad de digitalizarse. Los clientes son mucho más jóvenes que los autónomos, y son nativos digitales, que compran con el móvil. La pandemia ha llevado e-comercio a clientes que antes podían recelar de esta forma de comprar, por lo que si no tienen las competencias, hay que formarse porque no se va a poder sobrevivir sin una venta *omnicanal*, hay que desarrollarlos todos paralelamente.

■ Formación de los autónomos del comercio

Los participantes vieron con preocupación los resultados respecto al peso que los comerciantes encuestados daban a la experiencia y las competencias específicas para el desarrollo del día a día de los negocios. Incluso por parte de los participantes con comercios, consideraban la formación muy importante, no como algo alcanzar y aparcar, si no como una necesidad continua para llegar a un nivel óptimo.

Alguno de los participantes llega a pedir una labor pedagógica que ponga en valor la importancia de la formación.

Alguno de los autónomos, llega a invitar al autoaprendizaje a través del propio análisis de sus vivencias:

...saber como ayudar al cliente, analizarlo, reconocer a un “cliente caliente” que no se puede ver en la venta online.

Hasta ahora, se ha hablado sólo de competencias específicas, pues al poner sobre la mesa las competencias transversales y de gestión, los argumentos se tonaron más negativos, y la consideración general de la mayoría del grupo es que a los autónomos en general, y por tanto también en el comercio, le faltan competencias de gestión. Se pone el foco en este momento en la externalización, pues la mayor parte de los autónomos contratan servicios de gestorías. Si bien, hubo quién señaló:

...la gestoría no lo hace todo.

Ante estas cuestiones, los autónomos participantes se defendieron, poniendo de manifiesto su continuo problema de sobrecarga.

Se exige llegar a todo. Tenemos ya mucha carga y ahora, el monstruo de la digitalización. (...) y si intentas externalizar, no encuentras empresas serias en marketing digital.

Realmente se pone de manifiesto, que a pesar de que haya cuestiones externalizables, hay que tener ciertos conocimiento para saber que se quiere o se necesita, de esas soluciones externas.

■ Actualización propia y de los empleados

Al hablar de actualización entra en juego el principal problema: la falta de tiempo. Los horarios comerciales son cada vez más amplios y se hace casi imposible conciliar.

Si bien, no se niega de la importancia de la formación, y vuelve la idea de que hay gente que monta empresas sin saber lo que hacen.

En cuanto a la escasa formación a los empleados, en multitud de ocasiones, las labores se entiende que son labores de baja cualificación que sobre todo necesitan de actitud por parte de los empleados.

Si bien, el grupo en conjunto vuelve a dar una gran importancia a la formación.

■ Valoración de las competencias

De nuevo vuelve al grupo la idea de que se montan muchos negocios sin saber lo que se hace. Si bien, en este momento se abren dos vía, pues hay quien pone sobre la mesa, que sin restar importancia a la formación hay conocimientos que nos e pueden aprender con formación.

A la vista de la selección de competencias, se vuelve a poner de manifiesto la importancia de las competencias transversales, pero a la vez lo carentes que los autónomos del sector comercio están de ellas.

Es necesaria una formación para tener los pilares básicos para que el negocio sea viable. El conocimiento del producto tiene que ser previo, se de solventar con planes de empresa e incluso, teniéndolo todo muy claro, en algún momento habrá que reciclarse.

Ante las competencias, el grupo, sobre todo los propietarios de comercio, redundan en la idea de que hay muchos que no tienen las competencias señaladas y muchos malos profesionales, que prestan un mal servicio y es una de las cosas por las que está decayendo el pequeño comercio.

De nuevo, ante las competencias, surge la necesidad de la digitalización:

Si no nos digitalizamos estamos abocados al fracaso. Es cuestión de tiempo. Hay que cambiar la mentalidad para no quedarse fuera.

En definitiva, consideran que las competencias son importantes, y aun no tomando un partido claro en cuanto a si las autovaloraciones en cuanto a la capacidad de los comerciantes en las competencias presentadas, si dejan un claro margen de posibilidad y necesidad de formación en las competencias presentadas.

■ Argumentos finales

Tras abordar todos los temas, se propuso a los participantes aportaran una conclusión según lo abordado y su propia experiencia. Las ideas principales, en este punto serían:

- Hay que formarse en cuestiones clave, pero sin agobios.
- Fundamental dirigir el negocio en función de la imagen que se quiere dar al cliente.
- La formación profesional para el empleo ofertada para los trabajadores autónomos de todos los sectores es un gran desconocida.
- Lo más importante es que la formación cumpla con las necesidades de los trabajadores a los que se dirige.
- Es necesario formar previamente para que los negocios que empiezan puedan mantenerse.
- Aunque se externalicen algunas cuestiones, es necesario tener algunos conocimientos básicos para poder revisar los servicios que se contratan.



8.2



Estudio en paralelo: afrontar las crisis

Incluido en el mismo programa de 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, ATA Castilla-La Mancha ha desarrollado otro

estudio destinado a conocer las competencias que el total de las personas trabajadoras autónomas habrían de adquirir o mejorar para hacer frente a situaciones de crisis.

Aunque ese estudio tenía como foco la crisis provocada por la pandemia por COVID-19, dado en la situación previa a su estallido, aún se dejaban notar los coletazos de la crisis financiera de 2008, y tras un 2021 no exento de contratiempos en la comunidad autónoma, causados sobre todo por temporales de nieve y lluvias, se ha creído conveniente reenfocar las conclusiones de ese estudio como necesidades formativas para que el trabajo autónomo pueda afrontar situaciones de crisis con las menores consecuencias posibles.

Además, en ese estudio se realizó un análisis comparado por sectores, que se aprovechará para reproducir a continuación, prestando atención al sector al que este trabajo se dedica: el comercio.

De este modo, y repasando también las conclusiones extraídas para ese estudio se espera ofrecer una visión más amplia y cumplimentar las conclusiones de este estudio, con un enfoque comparado del sector, y en vista de competencias que son necesarias para los profesionales del comercio, como miembros que son también del colectivo del trabajo autónomo en Castilla-La Mancha.

8.2.1 Competencias para superar crisis: el comercio en comparación con el resto de actividades

Antes de comenzar con el análisis comparado de los resultados que se han obtenido de la citada encuesta por cada uno de los sectores o actividades, se presentan a modo de recuerdo los datos de la evolución de las personas trabajadoras autónomas en Castilla-La Mancha por actividades, según los grupos que establece el Instituto Nacional de Estadística (INE) en la Clasificación CNAE09.

Como se observa en la Tabla 8.1 **de los 15 sectores en los que se emplean los autónomos de la región, en el año del estallido de la pandemia**

decrecieron un total de 7, respecto al año anterior: industria, **comercio**, hostelería, finanzas y seguros, profesionales y técnicos, administrativos y arte y entretenimiento.

Tabla 8.1 Autónomos por rama de actividad

	2019	2020	Diferencia	Incremento (%)
Agricultura	24.622	24.677	55	0,2
Industria	12.900	12.236	-664	-5,1
Construcción	20.480	20.848	368	1,8
Comercio	35.959	35.677	-282	-0,8
Transportes	8.715	9.111	396	4,54
Hostelería	12.975	12.653	-322	-2,5
Información y comunicación	1.383	1.403	20	1,5
Financieras y seguros	2.436	2.393	-43	-1,8
Inmobiliarias	819	844	25	3,0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	8.091	8.084	-7	-0,1
Administrativas	3.504	3.501	-3	-0,1
Educación	3.139	3.165	25	0,8
Sanidad	3.533	3.596	63	1,8
Arte y entretenimiento	2.092	2.053	-39	-1,9
Otros sectores	8.530	8.591	61	0,7

Elaboración propia- FUENTE. Estadísticas de la Seguridad Social

Atendiendo al sexo de los encuestados, se observa que las profesiones más feminizadas son la educación y enseñanza y la inmobiliaria. Les seguirían otros servicios, donde se sabe se incluyen sectores altamente feminizados como limpiezas y peluquería. **Las mujeres también en el comercio estarían, según la muestra aleatoria recopilada, por encima de sus compañeros varones, representando el 52,2% de estas actividades.** Aunque no son mayoritarias, tienen también un peso importante en la hostelería, donde representan el 45,4% y en las actividades sanitarias y de servicios sociales, donde son 2 cada 5.

En lado opuesto, las profesiones y sectores más masculinizados son la agricultura, los transportes y las actividades artísticas y de espectáculos. El sector de la industria presenta 85,7% de hombres, seguido de las actividades de finanzas y seguros, en las que son el 83,3%. En la construcción, sin duda uno de los sectores más potentes en Castilla-La Mancha, 1 de 4 encuestados es hombre y entre los profesionales científicos y técnicos también son mayoría los varones representando al 77,8% de este sector.

Tabla 8.2 Autónomos según actividad económica y sexo

	Hombre	Mujer
ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS AUXILIARES	66,7%	33,3%
AGRICULTURA	100,0%	
ARTE Y ESPECTÁCULOS	100,0%	
COMERCIO	48,8%	52,2%
CONSTRUCCIÓN	75,0%	25,0%
EDUCACIÓN y ENSEÑANZA		100,0%
FINANZAS Y SEGUROS	83,3%	16,7%
HOSTELERÍA	54,6%	45,4%
INDUSTRIA	85,7%	14,3%
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	75,0%	25,0%
INMOBILIARIA		100,0%
PROFESIONALES, CIENTÍFICOS Y TÉCNICOS	77,8%	22,2%
SANIDAD Y SERVICIOS SOCIALES	60,0%	40,0%
OTROS SERVICIOS	36,4%	63,6%
TRANSPORTES Y ALMACENAMIENTO	100,0%	

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Se tomará esta tabla como referencia, para comprobar el comportamiento de los distintos sectores teniendo en cuenta si están más feminizados o masculinizados, ayudando a dar de este modo una perspectiva de género al análisis. De entrada y comprando las Tablas 8.2 y 8.3, se puede observar que son las profesiones que se han considerado masculinizadas las que han resistido peor la presente crisis por COVID-19. Las tres más caen, industria, finanzas y

seguros y actividades artísticas, presentan una mayor presencia de varones, aunque también son mayoría en el transporte, la que más sube. Mientras que en las más feminizadas las mujeres están presentes en el comercio, que baja, pero también en las que más suben como las inmobiliarias, la enseñanza y educación y las actividades sanitarias y de servicios sociales; por lo que se puede considerar que puedan ocupar una mejor situación de partida.

En este sentido, no se debe olvidar que las mujeres han liderado el crecimiento del trabajo autónomo en España y Castilla-La Mancha, mientras que en la región el número de autónomos varones descendió en último año.

Tabla 8.3 Autónomos según actividad económica y nivel de estudios

	Sin estudios o básicos	Bachiller	FP	Superiores
ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS AUXILIARES	0,0%	16,7%	50,0%	33,3%
AGRICULTURA	60,0%	20,0%	0,0%	20,0%
ARTE Y ESPECTÁCULOS	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%
COMERCIO	29,2%	31,7%	14,6%	24,5%
CONSTRUCCIÓN	25,0%	33,3%	33,3%	8,3%
EDUCACIÓN y ENSEÑANZA	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%
FINANZAS Y SEGUROS	0,0%	33,3%	33,3%	33,3%
HOSTELERÍA	18,2%	27,3%	27,3%	27,3%
INDUSTRIA	42,9%	28,6%	7,1%	21,4%
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	0,0%	25,0%	12,5%	62,5%
INMOBILIARIA	0,0%	25,0%	0,0%	75,0%
PROFESIONALES, CIENTÍFICOS Y TÉCNICOS	5,6%	5,6%	11,1%	77,8%
SANIDAD Y SERVICIOS SOCIALES	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%
OTROS SERVICIOS	0,0%	9,1%	36,4%	54,5%
TRANSPORTES Y ALMACENAMIENTO	50,0%	8,3%	0,0%	41,7%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

Entrando en análisis del nivel formativo, se ha de tener en cuenta que algunos sectores necesitan de una formación académica previa para que se puedan ejercer. Es el caso de la mayoría de los profesiones científicas y técnicas, como puedan ser la abogacía o la arquitectura, las actividades sanitarias o la

educación; actividades en las que ningún encuestado, como es evidente, ha manifestado tener los estudios más básico y en los que llega a haber un 80% de universitarios.

Sin bien, comenzando con los niveles formativos más bajos, aunque por cuestiones representativas se han agrupado algunas categorías, es importante indicar, que el sector agrícola es con diferencia el que presenta un nivel más bajo de formación, con un 40% de encuestados que dice que no haber finalizado ninguna etapa académica y no contar con estudios. El transporte y la industria son los siguientes sectores con un mayor porcentaje de autónomos con nivel de estudios inferior, con un 50% y un 42,9% respectivamente.

Se destacará también la FP, pues es precisamente una de las mejores formas de dotarse de competencias profesionales para el ejercicio de profesiones concretas. En este nivel de estudios, destacan los porcentajes de tres actividades. En primer lugar, los dedicados a actividades administrativas, donde un 50% contaría con este nivel académico. En otros servicios, son el 36,4% y también 1 de cada 3 encuestados entre los que trabajan en la construcción y las finanzas y seguros.

Por su parte el comercio, presenta un alto porcentaje de encuestados que indicaban tener sólo estudios básicos, pero son mayoría los que indican tener estudios iguales o superiores al bachillerato. Si bien, en las medias de los autónomos de este sector, se encuentra una variación de 2 décimas entre la media de los que han contestado al estudio de competencias para superar las crisis, y la autovaloración de este estudio dedicado exclusivamente a los autónomos del comercio. En ambos casos se sitúan por debajo de los 7,7 puntos que presenta la media general de todas las actividades económicas, pero más o menos en la media de todas las demás.

Hay varios sectores productivos en los que los autónomos que los han representado, se sienten más formados que la media. Es el caso de los profesionales de la educación se dan a sí mismos un sobresaliente, alcanzando una media de 9,4 puntos sobre 10. Ninguna otra media se aleja tanto de la media global del estudio. Los siguientes con una valoración de 8,7 son los autónomos de las finanzas y seguros. Superan también los 8 puntos las medias otorgadas por los que se dedican a otros servicios y los de actividades administrativas y de servicios auxiliares. Pero sin duda la moda es la autovaloración media en 8 puntos que se otorgan hasta cinco de los 15 grupos que representan los sectores.

Tabla 8.4 Autovaloración de la formación de los autónomos por sectores

	Nota media
Media global del estudio COVID-19	7,7
Media del estudio comercio (sólo autónomos del sector comercio)	7,3
ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS AUXILIARES	8,2
AGRICULTURA	7,2
ARTE Y ESPECTÁCULOS	7,3
COMERCIO	7,5
CONSTRUCCIÓN	8,0
EDUCACIÓN y ENSEÑANZA	9,4
FINANZAS Y SEGUROS	8,7
HOSTELERÍA	7,7
INDUSTRIA	8,0
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	7,7
INMOBILIARIA	8,0
PROFESIONALES, CIENTÍFICOS Y TÉCNICOS	8,0
SANIDAD Y SERVICIOS SOCIALES	8,0
OTROS SERVICIOS	8,1
TRANSPORTES Y ALMACENAMIENTO	7,6

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

En lado opuesto, la media más baja es la de los agricultores, que consideran que su preparación en una escala de 1 a 10 está en 7,2 puntos. Le siguen por este orden, y quedando por debajo de la media global del estudio: arte y espectáculos, comercio y transportes.

También se observan desviaciones significativas respecto a los resultados de la en encuesta en algunas de las actividades económicas. Así se dan altos porcentajes de autónomos que en algunos sectores dicen basar su trabajo más en competencias de gestión del negocio, que en las propias de su actividad. Es el caso de los autónomos de actividades financieras, de los que un 66,6% considera aplicar más conocimientos de empresario que del sector en el que trabaja. En el caso de los profesionales de la administración son la mitad los que

se ven más desenvueltos en estas competencias al igual que los que han indicado desarrollar actividades de arte y espectáculos.

Por su parte, 1 de cada 4 encuestados dedicados a actividades inmobiliarias, se siente capacitado por igual en ambos tipos de conocimientos, siendo el grupo más numeroso en esta categoría de respuesta.

Por lo demás, sigue siendo mayoritarias las repuestas que indican que sobre todo cuentan con habilidades propias de sus profesiones, llamando poderosamente la atención los altos porcentajes de la educación y la sanidad. En este grupo se encontrarían los autónomos del sector comercio, tal y como se vio en los resultados de su encuesta específica para este estudio.

Tabla 8.5 Conocimientos en los que basan el desarrollo de su trabajo según actividades

	Específicos	Por igual	Gestión
ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS AUXILIARES	0,0%	50,0%	50,0%
AGRICULTURA	60,0%	20,0%	0,0%
ARTE Y ESPECTÁCULOS	33,3%	16,7%	50,0%
COMERCIO	68,3%	17,1%	12,2%
CONSTRUCCIÓN	58,3%	33,3%	8,3%
EDUCACIÓN y ENSEÑANZA	100,0%	0,0%	0,0%
FINANZAS Y SEGUROS	33,3%	0,0%	66,6%
HOSTELERÍA	63,6%	9,1%	0,0%
INDUSTRIA	57,2%	28,6%	14,3%
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	62,5%	37,5%	0,0%
INMOBILIARIA	25,0%	75,0%	0,0%
PROFESIONALES, CIENTÍFICOS Y TÉCNICOS	66,6%	33,3%	0,0%
SANIDAD Y SERVICIOS SOCIALES	100,0%	0,0%	0,0%
OTROS SERVICIOS	36,4%	18,2%	36,4%
TRANSPORTES Y ALMACENAMIENTO	50,0%	33,3%	16,7%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

En cuanto a la importancia que cada sector da a la formación y a la experiencia para defenderse en sus tareas del día a día se encuentra varios sectores, que como es de esperar por cuestiones ya comentadas, otorgan una mayor

importancia a la formación, que la que se observaba al analizar el total de datos en su conjunto. Así ocurre con los que se dedican a los sectores de la sanidad y la inmobiliaria. Entre los de la enseñanza un 80% se decanta por su formación, como la parte más importante para llevar su negocio.

En lado opuesto, con porcentajes aún más amplios que en el total del estudio, encontramos que algunos de los que tenían una menor formación académica, como los encuestados que respondían pertenecer a la agricultura o a la industria, consideran que su experiencia es lo que tiene más peso en su perfil profesional. También destacan en la mayor valoración de la experiencia, las actividades artísticas y la hostelería. Todos con más del 70% de las respuestas.

Tabla 8.6 Consideración del peso de la formación y la experiencia en el desempeño de sus funciones de los autónomos por sectores

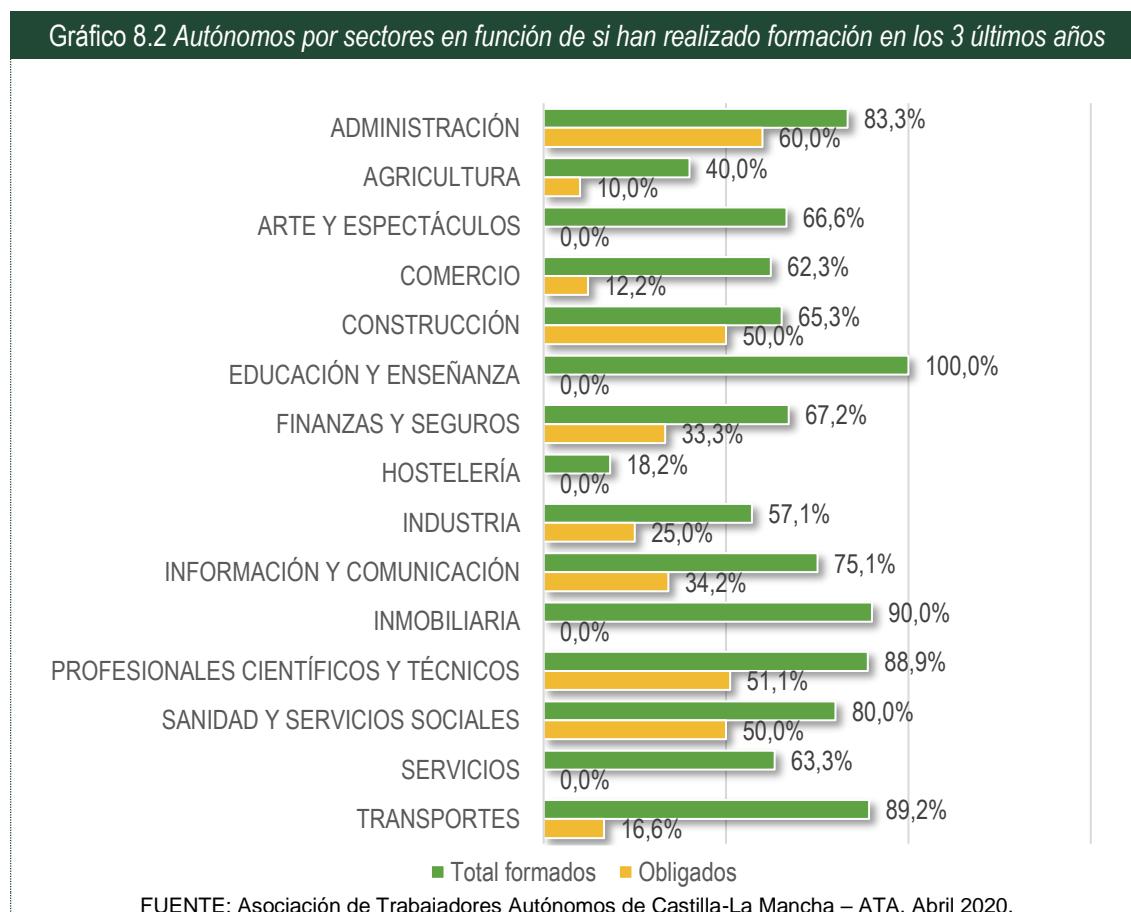
	Formación	Experiencia
ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS AUXILIARES	33,3%	66,7%
AGRICULTURA	20,0%	60,0%
ARTE Y ESPECTÁCULOS	0,0%	100,0%
COMERCIO	29,3%	68,3%
CONSTRUCCIÓN	41,7%	50,0%
EDUCACIÓN y ENSEÑANZA	80,0%	20,0%
FINANZAS Y SEGUROS	33,4%	66,6%
HOSTELERÍA	27,3%	72,7%
INDUSTRIA	14,2%	85,8%
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	50,0%	50,0%
INMOBILIARIA	100,0%	0,0%
PROFESIONALES, CIENTÍFICOS Y TÉCNICOS	44,4%	55,5%
SANIDAD Y SERVICIOS SOCIALES	100,0%	0,0%
OTROS SERVICIOS	45,5%	54,6%
TRANSPORTES Y ALMACENAMIENTO	50,0%	50,0%

FUENTE: Asociación de Trabajadores Autónomos de Castilla-La Mancha – ATA. Junio 2020.

A parte de formar, las personas afiliadas al RETA que se dedican la formación, también se forman. Son el único sector en el que el 100% de los encuestados ha asegurado haber realizado algún tipo de acción formativa en los últimos 3 años.

Aún sin llegar a este nivel, son varias las actividades en las que se supera el 62,3% de autónomos que a nivel global de encuesta decía formarse. Se han formado el 90% de los que tienen inmobiliarias, el 89,2% de los transportistas, el 89,9% de los profesionales científicos y técnicos y el 80% de los sanitarios.

Por el contrario, los que menos se han formado recientemente son los autónomos de la hostelería, tan sólo 18,2% seguidos por los agricultores, aunque les duplican, habiendo afirmado formarse el 40%. El resto de actividades superan el 40% de autónomos que dice haberse formado en los últimos 3 años.



Ahora bien, se ha considerado saber si esa formación realizada es escogida o están obligados a realizarla por el tipo de actividad que desarrollan. Habiéndose formado autónomos en todos los sectores, no habría ninguno que haya realizado acciones obligatorias entre los que se dedican a la educación, las actividades inmobiliarias, las actividades artísticas, los englobados bajo el epígrafe otros servicios y los hosteleros.

Por el contrario, con un 60% de respuestas, los autónomos de las actividades administrativas son los que más dice tener que realizar formaciones obligatorias, seguidos de los profesionales científicos y técnicas, los sanitarios y los dedicados a la construcción, entre los que la mitad se han visto obligados a realizar formación.

8.2.2 Conclusiones del estudio paralelo: necesidades formativas para superar situaciones de crisis

Como se indicaba anteriormente, se presentan a continuación las conclusiones del estudio sobre necesidades formativas para que el trabajo autónomo pueda hacer frente a situaciones de crisis. Al formar parte el universo de estudio del este colectivo, siendo la actividad a la que más autónomos se dedican, y dado el impacto que está teniendo la crisis, es conveniente tener también en cuenta estos resultados, como aporte para mejorar el sistema formativo de los autónomos dedicados al comercio.

Así, las conclusiones del citado estudio han sido las que se presentan a continuación, en función de los capítulos y apartados que se consideraban en él.

En primer y en términos generales, respecto de la región y la pandemia, se puede considerar que:

- Aunque en todos los entornos el trabajo autónomo es primordial por ser la base económica de barrios, municipios y pueblos, en el caso de Castilla-La Mancha, por sus características propias, y ante el acuciante problema de despoblación, se hace aún más necesario fomentar autoempleo, no sólo desde el punto de vista de la consecución de nuevos trabajadores autónomos, si no en el mantenimiento de los ya existentes.

En este sentido, la elaboración de políticas de ayuda al colectivo, así como herramientas, como formación en emprendimiento para el surgimiento de nuevos autónomos, o el desarrollo de planes de relevo generacional para que los negocios en activo sigan siendo fuentes de empleo, serán esenciales para el futuro de la región del colectivo.

Del mismo modo, la bajada de impuestos y la eliminación de otras trabas administrativas, como la puesta en disposición de suelos, aumento de los viveros de empresas u otros medios que ayuden al emprendimiento han de ser vías a explorar en el futuro inmediato.

- Los buenos datos de la situación pandémica, a nivel sanitario, han de ser tomados con cautela. Aunque por el momento parece que se ha resistido el golpe, no hay que olvidar con los autónomos en este momento están centrados en aguantar y mantener a flote sus negocios, pero puede que estén haciendo un sobresfuerzo que esconde las consecuencias reales de los daños sufridos en los meses pasados, por lo que se debe seguir muy atentos a la situación, y prestar ayuda a aquellos que lo necesiten.

Las adversidades climatológicas acaecidas en 2021 son una muestra de la necesidad de apoyo que este colectivo requiere.

Respecto del punto de vista de los autónomos ante la formación y la actualización de conocimientos y competencias, se ha comprobado que:

- A pesar de que los autónomos se forman y dicen considerar la formación esencial porque hay que actualizarse, no se ha de obviar que sigue habiendo una ruptura en la cadena de valor de la formación. Se han de poner en valor los beneficios de la formación, más que nunca, como medio para sobrevivir a tiempos de crisis y salir de las mismas incluso reforzado. La presentación de casos de éxito sería un buen medio de hacer ver esta realidad.
- La formación en la era digital no es estanca, se ha de actualizar de manera continua. Y no sólo en lo que ha la digitalización se refiere, como siempre, pero más que nunca hay que conocer a la competencia, las técnicas de trabajo de producción o de optimización de los tiempos, pueden dar ventajas competitivas. Además, en el mundo globalizado, no basta con conocer lo que pasa en el entorno más cercano, pues cualquier hecho diferencial en otro lugar del mundo, puede hacer competitividad y llevar al triste una empresa consolidada.
- En cualquier modo, la digitalización es esencial, y uno de los aspectos en los que conviene estar al día. Las competencias digitales no son un extra, son una necesidad básica para la gestión mantenimiento de los negocios.

- No se puede ser experto de todo, y como buen gestor, se debe saber delegar. Pero, también como gestor de la empresa, se ha de contar con unos conocimientos básicos que ayuden a saber que es lo que necesita la empresa y también a fiscalizar el trabajo que se externalice. La obtención de estas competencias sólo será posible a través de la formación, pero previamente, es necesario que los propios autónomos, tomen conciencia de esta necesidad.
- En general hay un margen de mejora y una buena predisposición por parte del colectivo abrazar la formación como un medio de mejora. Son conscientes de la importancia de contar con las competencias que los expertos han determinado necesarias para los contextos de crisis, por lo que, en este punto, habría que buscar formas de hacer llegar las acciones formativas que los autónomos necesitan realizar.

En cuanto a la oferta formativa:

- El desconocimiento de la oferta parece seguir siendo un hándicap que limita el acceso a la formación. Sería conveniente encontrar fórmulas que, sin saturar a los autónomos, les haga llegar información sobre sus derechos en materia formativa, y la oferta a la que dan acceso.
- A la vista de las clasificaciones de competencias estudiadas, así como por la experiencia de ATA en otros estudios de este tipo para organismos como la FUNDAE⁵, se ha comprobado cierta relegación del Trabajo Autónomo. A pesar de la amplitud del catálogo ESCO, se ve un claro sesgo hacia el trabajo por cuenta ajena, lo que tampoco es de extrañar dado que los autónomos, al ser clasificadas en multitud de ocasiones como empresas, se catalogan más como una actividad económica que como una ocupación, concepto del que parten las acciones de formación para el empleo.

Si bien es cierto, que la conquista derechos como la propia formación para el empleo por parte de los autónomos, es reciente, se ha de seguir trabajando en la consideración de sus particularidades para adaptar las acciones y políticas en materia formativa, también a este segmento de trabajadores. En este sentido, sería conveniente seguir adelante con estudios de este tipo.

⁵ Fundación Estatal para la Formación en el Empleo.

- La adaptación a las condiciones de las personas trabajadoras autónomas es esencial, no sólo para que estas quieran formarse, sino también para que puedan hacerlo. Con la revolución del uso de las tecnologías de contacto existentes, que ha supuesto la pandemia, se han de poder suplir las dificultades que el colectivo experimenta a la hora de poder realizar acciones formativas.
- Las claves para que los autónomos quieran formarse son concreción y rapidez. No tienen tiempo que perder, por lo que buscan algo en lo que aprovechar el tiempo al máximo y a lo que le puedan sacar rendimiento.



8.3



Conclusiones y recomendaciones

Siguiendo el orden en el que se han ido presentando los resultados de este estudio, se procede a continuación a presentar las conclusiones de este estudio, que se irán acompañando de las posibles recomendaciones que se han considerado necesarias en cada caso.

Pro los tanto, comenzando con el marco territorial del estudio, las conclusiones respecto a la región son las mismas que las presentadas en el anterior apartado, recogiendo las conclusiones del estudio paralelo sobre las competencias para superar situaciones de crisis. Sin bien, en lo que se refiere concretamente a los trabajadores autónomos del sector comercio, cabría destacar:

- El comercio de la región sigue estancado en lo que se podría llamar comercio tradicional. Esto es un arma de doble filo, ya que por un lado se trata de un comercio cercano que inspira confianza, pero a la vez no ofrece la variedad de productos que se pueden conseguir por los nuevos canales comerciales, más aún en zonas rurales, donde el volumen de ventas no da lugar a tener un gran stock de productos muy concretos.

A esto no ayuda el envejecimiento de la población en la mayor parte del territorio regional, que supone una falta no sólo del público necesario para mantener el comercio abierto, sino también de un relevo generacional que permita la supervivencia de los negocios, que estando en funcionamiento, supervivan a sus propietarios.

En definitiva, es fundamental la promoción de políticas formativas, no sólo de continuidad y mejora de los comerciantes en activo, si no también de potenciación del emprendimiento entre los jóvenes y los colectivos en riesgo de exclusión laboral, como las mujeres o los mayores de 45 años

- En el terreno rural, el producto de cercanía y artesano cobra fuerza como producto con proyección de venta. Con la ayuda de los nuevos canales de venta, la especialización y la apuesta por la calidad y diferenciación del producto, son las bases para que se pueda establecer comercio en cualquier punto geográfico. Esto esencial para Castilla-La Mancha y sus zonas más despobladas, pudiendo significar un revulsivo para el reiterado problema de la despoblación.
- Hay que aprovechar el impulso que la pandemia ha dado al uso de tecnologías que, estando ya presentes con anterioridad, han mostrado todo su potencial en estos meses. Las nuevas posibilidades de comunicación también facilitan que se puedan desarrollar actividades comerciales desde cualquier punto geográfico.

En lo que ser fiere a las competencias propias que se han recogido de la relación que se elaboró para FUNDAE, de competencias propias de las actividades y ocupaciones relacionadas con el comercio, se ha de destacar:

- La conformidad, dada la importancia que le confieren al catálogo que ha resultado del estudio, tanto por parte de los comerciantes autónomos, como de las personas expertas consultadas y los participantes en el grupo de discusión; de las competencias presentadas. Es decir, que las 9 competencias y habilidades, son imprescindibles para el desarrollo de la actividad comercial por parte de los trabajadores autónomos del sector.

■ Se ha de concluir que se da un amplio margen de mejora en las competencias presentadas, sobre todo en las transversales. Aunque en la autovaloración que de sus habilidades hacen los autónomos se consideran bastante competentes en las competencias catalogadas, la realidad es que demuestran una visión simplista y cortoplacista, que deja espacio a que se desarrollen acciones formativas que mejoren el nivel competencial del universo objeto del este estudio.

■ **La digitalización es una competencia irrenunciable.** Es más, se trata de una competencia de la que dependen otras, pues no se puede pensar en el presente en una estrategia de ventas que no pase por la digitalización. No en vano, se ha destacado que cuestiones como una página web, que confirme la existencia del comercio y su ubicación, aunque haga venta online, es a día de hoy una necesidad indispensable. Cualquier negocio, por pequeño que sea, en el presente necesita aparecer en Google cuando se hace una búsqueda.

También de estas competencias depende la imagen del negocio, pues a través de la presencia en redes y otras herramientas digitales, se pueden llevar a cabo multitud de acciones en este sentido.

■ Es necesario reforzar las competencias en materia de gestión del negocio. Aunque haya cuestiones que se puedan externalizar, es necesario tener al menos una base de conocimiento que ayude a los autónomos del comercio a saber evaluar sus necesidades, y poder fiscalizar el resultado de las tareas que contratan. Esto es aplicable, precisamente a la digitalización, de la que se hablaba, pero también para las cuestiones que se derivan a las gestorías, en las que se apoyan la inmensa mayoría de los autónomos. No en vano, en 2019, el Colegio General de Gestores Administrativos de España, aseguraba que más del 75% de los trabajadores autónomos contrataban este tipo de servicios.

En cuanto a las preferencias y opciones formativas:

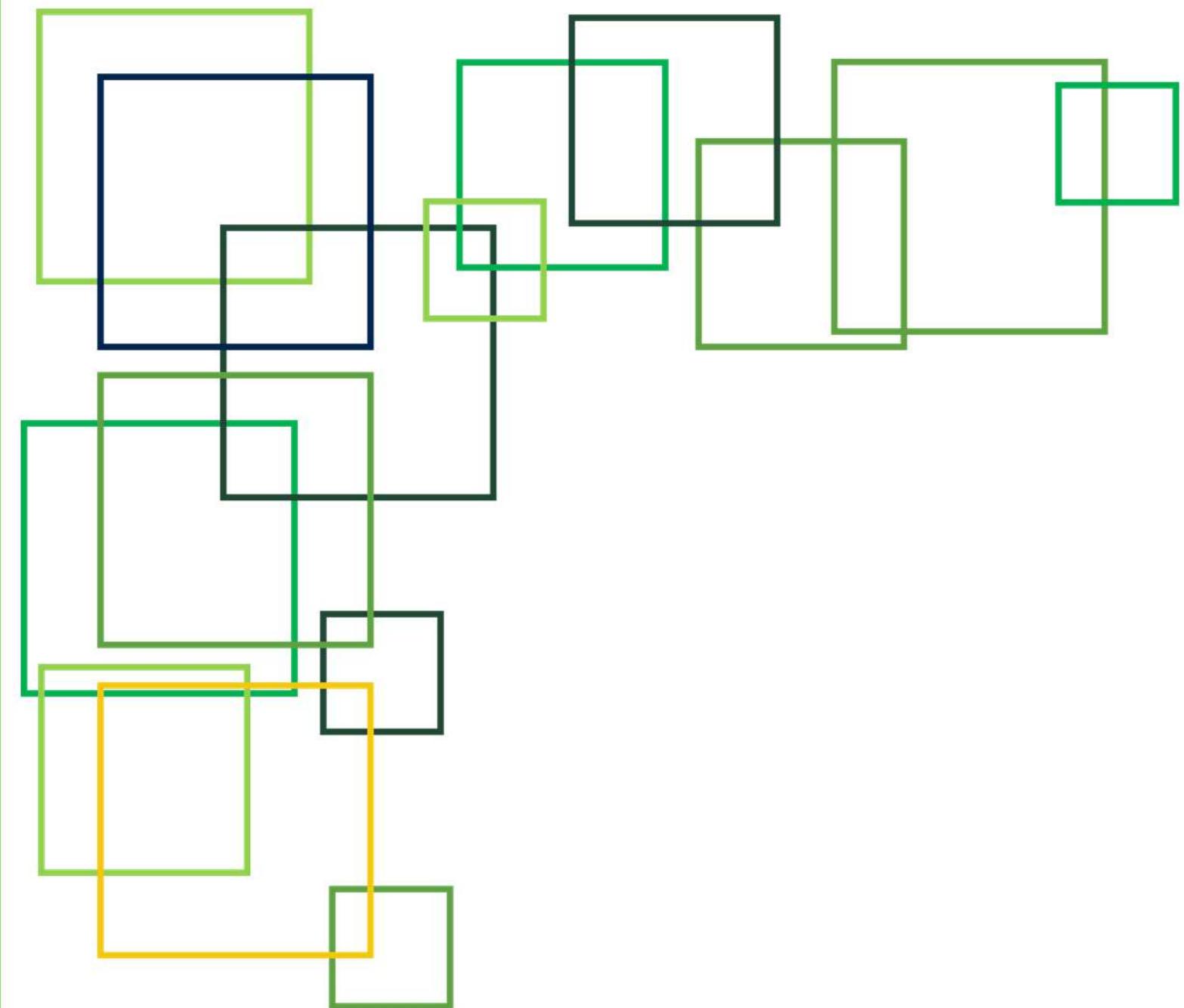
■ Prima la variedad. El comercio es un sector muy diverso, que tiene un factor común: un horario de trabajo que complica la conciliación en todos los niveles. Esto dificulta enormemente las posibilidades formativas, por

lo que se requiere que la oferta sea lo más amplia posible en todas las cuestiones: multiplicidad de horarios, de modalidades (presencial, semipresencial, online, mixto...)

- Urge una transformación en la oferta que haga que esta llegue y sea atractiva para los comerciantes autónomos. El desconocimiento de la formación profesional para el empleo, como nuevo derecho adquirido por los miembros del colectivo del trabajo autónomo es generalizado. Hay oferta, pero la inmensa mayoría de los autónomos la desconoce.

El comercio es un sector que desarrollan un gran número de autónomas. Sin embargo, fruto de la tradición patriarcal, en multitud de ocasiones el autoempleo femenino responde a un completo de la economía familiar, que pone estos negocios en un segundo plano. Es necesario empoderar a las mujeres para que tengan proyectos sólidos de emprendimiento, generando comercios que tengan opciones de futuro y posibilidades de una trayectoria prolongada.

En definitiva, **la formación se revela como un factor clave destinado a fortalecer el futuro de las personas trabajadoras autónomas del sector comercio**. Las dificultades son muchas, pero a la vez, se presentan multitud de posibilidades, ligadas a nuevas formas de comercio, a la digitalización y a la venta de producción de cercanía y producto rural y artesano, que abren posibilidades que, no sólo han de ser garantía de la continuidad del comercio en Castilla-La Mancha, si no que han de ser el remedio para los problemas que el siglo XXI, el desarrollismo y la complejidad de competir con las áreas urbanas, están plantenado.



ANEXOS

ANEXO I

Índices de tablas y gráficos por capítulos

I.I ■ Índice de tablas

2

- Tabla 2.1 *Ficha técnica de la encuesta*
- Tabla 2.2 *Canales de encuestación*
- Tabla 2.3 *Distribución de la muestra por sexos*
- Tabla 2.4 *Distribución de la muestra entre minoristas y mayoristas*
- Tabla 2.5 *Estratificación de encuestados por grupos etarios*
- Tabla 2.6 *Antigüedad de los negocios de los encuestados*
- Tabla 2.7 *Comerciantes autónomos empleadores*
- Tabla 2.8 *Distribución de la muestra por provincias*

3

- Tabla 3.1 *Porcentajes de población femenina por territorios*
- Tabla 3.2 *Porcentajes de población menor de edad y mayor de 65 años por territorios*
- Tabla 3.3 *Porcentajes de población femenina por territorios*
- Tabla 3.4 *Peso de los sectores productivos en el PIB de las provincias*
- Tabla 3.5 *Población activa por sectores y provincias*
- Tabla 3.6 *Tasas de actividad y paro por edades*
- Tabla 3.7 *Tasas de paro y actividad por provincias*
- Tabla 3.8 *Porcentajes de empresas por provincias y tamaños de trabajadores*
- Tabla 3.9 *Autónomos según afiliación y variación interanual*
- Tabla 3.10 *Variación intermensual de los autónomos*

Tabla 3.11 *Proporción de mujeres y evolución por sexo y provincia*

Tabla 3.12 *Autónomos por rama de actividad*

Tabla 3.13 *Comparativa de las actividades en función de la proporción de autónomos a nivel nacional y autonómico*

Tabla 3.14 *Autónomos por ramas de actividad y provincia*

5

Tabla 5.1 *Identificación del comercio en distintas clasificaciones y categorizaciones*

6

Tabla 6.1 *Valoración del comité de expertos de la capacidad de los autónomos según el tipo de competencias sobre 10 puntos*

Tabla 6.2 *Valoración de la importancia y capacidad de las competencias propias de los autónomos dedicados al comercio*

Tabla 6.3 *Autónomos en función de las motivaciones para formarse o no formarse*

Tabla 6.4 *Valoración de la adaptación de la oferta formativa a las necesidades de los trabajadores autónomos*

7

7.1 Distribución de la muestra por tipo de negocio y sexo

7.2 Distribución de la muestra por tipo de negocio y grupos de edad

7.3 Distribución de la muestra por tipo de negocio y antigüedad del negocio

7.4 Distribución de la muestra por tipo de negocio y provincia

- 7.5 Distribución de la muestra por tipo de negocio y nivel de estudios alcanzado
- 7.6 Distribución de la muestra por tipo de negocio y auto-valoración de formación general
- 7.7 Distribución de la muestra por tipo de negocio y habilidades
- 7.8 Distribución de la muestra por tipo de negocio y valoración de la formación alcanzada
- 7.10 Distribución de la muestra por tipo de negocio y formación de sus empleados en los últimos 3 años
- 7.11 Autovaloración de la capacidad en las competencias propias del comercio
- 7.12 Distribución de la muestra por tipo de negocio y preferencias en formación
- 7.13 Distribución de la muestra por variable de sexo y grupos de edad
- 7.14 Distribución de la muestra por variable de sexo y antigüedad del negocio
- 7.15 Distribución de la muestra por variable de sexo y número de empleados
- 7.16 Distribución de la muestra por variable de sexo y provincia
- 3.17 Distribución de la muestra por variable de sexo y nivel de estudios alcanzado
- 7.18 Distribución de la muestra por variable de sexo y auto-valoración de formación general
- 7.19 Distribución de la muestra por variable de sexo y habilidades
- 7.20 Distribución de la muestra por variable de sexo y valoración de la formación alcanzada
- 7.21 Distribución de la muestra por variable de sexo y formación en los últimos 3 años
- 7.22 Distribución de la muestra por variable de sexo y formación de sus empleados en los últimos 3 años
- 7.23 Autovaloración de la capacidad en las competencias propias del comercio
- 7.24 Distribución de la muestra por variable de sexo y preferencias en formación

Tabla 8.1 *Autónomos por rama de actividad*

Tabla 8.2 *Autónomos según actividad económica y sexo*

Tabla 8.3 *Autónomos según actividad económica y nivel de estudios*

Tabla 8.4 *Autovaloración de la formación de los autónomos por sectores*

Tabla 8.5 *Conocimientos en los que basan el desarrollo de su trabajo según actividades*

Tabla 8.6 *Consideración del peso de la formación y la experiencia en el desempeño de sus funciones de los autónomos por sectores*

I.II ■ Índice de gráficos

Gráfico 3.1 Comparativa de densidades de población

Gráfico 3.2 Población de Castilla-La Mancha por provincias y sexo

Gráfico 3.3 Evolución de la población de Castilla-La Mancha y sus provincias

Gráfico 3.4 Crecimientos de la población provincial, autonómica y nacional

Gráfico 3.5 Mapa de población por municipios

Gráfico 3.6 Pirámide de población de Castilla-La Mancha

Gráfico 3.7 Evolución del PIB de Castilla-La Mancha (en millones de €)

Gráfico 3.8 Comparativa de la variación interanual de los PIB autonómico, nacional y europeo

Gráfico 3.9 Comparativa del PIB per cápita autonómico, nacional y europeo

Gráfico 3.10 Peso de cada provincia en el PIB regional

- Gráfico 3.11 PIB per cápita provincial
- Gráfico 3.12 Peso de los sectores productivos en el PIB de Castilla-La Mancha
- Gráfico 3.13 Peso de los sectores productivos en el PIB de España
- Gráfico 3.14 Población activa por sectores productivos en Castilla-La Mancha
- Gráfico 3.15 Población activa por sectores productivos en España
- Gráfico 3.16 Comparativa de las tasas de actividad, ocupación y paro estatal y regional
- Gráfico 3.17 Comparativa de las tasas de actividad, ocupación y paro estatal y regional por sexos
- Gráfico 3.18 Comparativa de las tasas de actividad, ocupación y paro estatal y regional por sexos
- Gráfico 3.19 Empresas según tamaño por el número de trabajadores
- Gráfico 3.20 Empresas según su forma jurídica
- Gráfico 3.21 Distribución provincial del tejido empresarial
- Gráfico 3.22 Evolución del número de empresas tras la crisis de 2008
- Gráfico 3.23 Volumen de autónomos por provincias
- Gráfico 3.24 Comparativa del peso de los autónomos en la población activa y la ocupada
- Gráfico 3.25 Autónomos por sexo en Castilla-La Mancha
- Gráfico 3.26 Autónomos por sexo en España
- Gráfico 3.27 Volumen (%) de trabajadores autónomos por actividad a la que se dedican

6

- Gráfico 6.1 Encuestados según su nivel de estudios finalizados
- Gráfico 6.2 Autovaloración del nivel formativo de los encuestados
- Gráfico 6.3 Valoración general del nivel formativo de los autónomos por parte de los expertos
- Gráfico 6.4 Peso de la experiencia y la formación en la preparación de los encuestados

Gráfico 6.5 Habilidades transversales y específicas según como de capacitados se sienten los encuestados

Gráfico 6.6 Valoración de la importancia que los encuestados confieren a las competencias catalogadas como propias de su sector

Gráfico 6.7 Autovaloración del conocimiento propio de los encuestados sobre las competencias catalogadas

Gráfico 6.8 Encuestados en función de si ofrecen formación a sus trabajadores

Gráfico 6.9 Valoración de los expertos sobre el conocimiento que tiene el colectivo de la oferta formativa

Gráfico 6.10 Valoración de posibles aspectos de la formación en función de cómo pueden motivar a los autónomos a formarse (en una escala de 1 a 10)

Gráfico 6.11 Posibles preferencias formativas de los autónomos consultados

8

Gráfico 8.1 *Valoración de los expertos de la necesidad de adquirir o mejorar competencias*

Gráfico 8.2 *Autónomos por sectores en función de si han realizado formación en los 3 últimos años*

ANEXO II

Fuentes documentales y bibliográficas

FUENTES: MERCADO LABORAL Y AUTOEMPLEO EN CASTILLA-LA MANCHA

Fuentes estadísticas:

- Ministerio de Empleo y Seguridad Social

<http://www.empleo.gob.es/index.htm>

- Seguridad social

<http://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/Inicio>

- Fundación Estatal para la Formación en el Empleo.

<https://www.fundae.es/Pages/default.aspx>

- Instituto estadística Castilla-La Mancha

<http://www.ies.jccm.es/>

- Instituto Nacional de Estadística (INE)

www.ine.es/

- Instituto de la mujer de Castilla-La Mancha

<http://institutomujer.castillalamancha.es/>

- Observatorio regional del empleo de Castilla La Mancha.



<http://empleyformacion.jccm.es/otras-secciones/observatorio-empleo/indicadores-basicos-del-mercado-de-trabajo/>

- Federación Nacional de Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA) <https://ata.es/>
- Consejo de Cámaras de Comercio de Castilla-La Mancha
<https://camarasclm.com/>

Otros informes:

- 2019 Informe del Mercado de Trabajo Estatal. Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal. 2020
<https://www.sepe.es/indiceObservatorio/buscar.do?indice=1&tipo=1&periodo=aunal&ambito=Nacional&tema=&idioma=es>
- Año 2019. Actividades económicas con tendencia positiva en la contratación. Servicio Público de Empleo Estatal. 2020
<https://www.sepe.es/indiceTendencias/buscarPorFecha.do?idioma=es&tipo=1&indice=2>
- Plan estratégico de desarrollo sostenible del medio rural de Castilla-La Mancha 2008- 2013. Consejería de medio ambiente y desarrollo rural de Castilla-La Mancha.
<http://www.castillalamancha.es>
- La situación de la mujer en Castilla-La Mancha 2008. Instituto de la mujer de castilla-la mancha y el instituto de estadística de castilla-la mancha. 2008
<http://www.cesmuamfar.com/pdf/SITUACION MUJER CASTILLA LA MANCHA 2008.pdf>

- III Informe sobre la situación de las mujeres en la realidad socio laboral española. Consejo económico y social de la situación socio laboral de la mujer española.2012.
http://www.cesmuamfar.com/pdf/III_Informe_Situaci%C3%B3n_Mujer_en_Realidad_Social_Espa%C3%B1ola.pdf

FUENTES: LA FORMACIÓN EN CASTILLA-LA MANCHA

Fuentes estadísticas:

- Fundación Estatal para la Formación en el Empleo.
<https://www.fundae.es/Pages/default.aspx>
- Instituto estadística Castilla La Mancha
<http://www.ies.jccm.es/>
- Instituto de la mujer y para la igualdad de oportunidades <http://www.inmujer.gob.es/MujerCifras/Educacion/NivelEstudios.htm>
- Instituto Nacional de Estadística.
www.ine.es/
- Consejería de Economía, Empresas y Empleo De Castilla la Mancha <http://empleoyformacion.jccm.es/>
- Fundación Estatal para la Formación en el empleo
<https://www.fundae.es/>

Otros informes:

- Formación para el empleo. Balance de situación 2016. Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. Septiembre 2017.

[file:///C:/Users/ata5/Downloads/Balance%20de%20situaci%C3%B3n%202016%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/ata5/Downloads/Balance%20de%20situaci%C3%B3n%202016%20(2).pdf)

- Necesidades formativas y competitividad del tejido empresarial de Castilla- La Mancha. Escuela de organización Industrial. Año 2010

<https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/20536/necesidades-formativas-y-competitividad-del-tejido-empresarial-de-castilla-la-mancha>

- Informe de prospección y detección de necesidades formativas 2017. Servicio Público de Empleo Estatal Subdirección General de Estadística e Información Área de Organización y Planificación de la Gestión Observatorio de las Ocupaciones. 25 de octubre de 2017

https://www.sepe.es/contenidos/que_es_el_sepe/observatorio/NecesidadesFormativas.html

- Dinámicas sectoriales del Sistema productivo. Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. Marzo 2018

<https://www.fundae.es/Observatorio/Pages/Din%C3%A1micassectoriales.aspx>

- Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral.

- Castilla La Mancha. Encuesta de formación en el empleo a empresas de 1 a 4 trabajadores. Fundación Estatal para la Formación en el Empleo.2011

https://www.fundae.es/Observatorio/Pages/Encuesta_empresas.aspx

- Formación en las empresas 2016 Castilla La Mancha. Fundación Estatal para la Formación en el Empleo. Marzo 2017.

<https://www.fundae.es/Observatorio/Pages/Boletinesterritoriales.aspx>

- Estudio de necesidades de formación en relación con el emprendimiento empresarial. CECAM
2011. http://www.ceciam.es/formacion/publicaciones/publicacion_cecam_publicaciones_cecam_estudio_de_necesidades_de_formacion_en_relacion_con_el_emprendimiento_empresarial
- Programa oferta ocupados Castilla La Mancha. Consejería de Economía, Empresas y Empleo.
2017. <http://empleoyformacion.jccm.es/principal/ciudadania/formacion/programacion-de-cursos/>

FUENTES: LAS COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Otros informes:

- Clasificación europea de Capacidades, Competencias, Cualificaciones y Ocupaciones (ESCO)
<https://ec.europa.eu/esco/portal/home>
- Instituto Nacional de Cualificaciones
https://www.educacion.gob.es/educa/incual/ice_incual.html
- PROYECTO TUNING
<http://www.unideusto.org/tuningeu/>
<http://tuningacademy.org/>

- Comisión Europea (2003): Tuning Educational Structures in Europe: Informe Final. Proyecto Piloto – Fase 1. Ed. Julia González, Robert Wagenaar. Universidad de Deusto, Universidad de Groningen. 2003

- Comisión Europea (2009): Una introducción a Tuning Educational Structures in Europe: La contribución de las universidades al proceso de Bolonia. Proyecto Tuning, 2009

- Entidades Catalanas de Acción Social (ECAS): Diccionario de competencias transversales clave para la ocupabilidad de jóvenes.

- **El debate sobre las competencias. Luis Enrique Alonso**

(Libro) Luis Enrique Alonso, Carlos J. Fernández Rodríguez y José María Nyssen: El debate sobre las competencias. Una investigación cualitativa en torno a la educación superior y el mercado de trabajo en España. Madrid, ANECA, 2009 (158 páginas).

http://www.aneca.es/var/media/148145/publi_competencias_090303.pdf

- **Proyecto Tuning – Folleto en español**

(Libro) Comisión Europea: Una introducción a Tuning Educational Structures in Europe: La contribución de las universidades al proceso de Bolonia. Proyecto Tuning, 2009 (164 páginas)

http://www.unideusto.org/tuningeu/images/stories/documents/General_Brochure_Spanish_version.pdf

- **Proyecto Tuning (CUESTIONARIOS EN ESPAÑOL)**

(Libro) Comisión Europea: Tuning Educational Structures in Europe: Informe Final. Proyecto Piloto – Fase 1. Ed. Julia González, Robert Wagenaar. Universidad de Deusto, Universidad de Groningen. 2003 (340 páginas)

http://tuningacademy.org/wp-content/uploads/2014/02/TuningEUI_Final-Report_SP.pdf



- **Diccionario de competencias clave**

(Página web) Barcelona Treball, Ayuntamiento de Barcelona: Diccionario de Competencias Clave.

<http://w27.bcn.cat/porta22/es/altres/diccionari.jsp>

- **Diccionario de competencias transversales** (Informe) Entidades Catalanas de Acción Social (ECAS): Diccionario de competencias transversales clave para la ocupabilidad de jóvenes. (32 páginas)

http://mapalaboral.org/files/pdf/diccionario_de_competencias.pdf

- **Competencias genéricas y transversales de titulados**

(Informe): Universidad de Zaragoza: Competencias genéricas y transversales de los titulados universitarios. Ed. Universidad de Zaragoza (2008) (97 páginas)

<http://www.unizar.es/ice/images/stories/publicacionesICE/Col.%20Documentos%2008.pdf>

- **UPM – Competencias Transversales o Genéricas**

(Informe) Mónica Edwards Schachter y Edmundo Tovar Caro – Universidad Politécnica de Madrid, Facultad de Informática: Competencias transversales o genéricas: Definiciones. Criterios para su evaluación.

http://www.fi.upm.es/verificacion/grado/MI/evaluacion_competencias_transversales.pdf

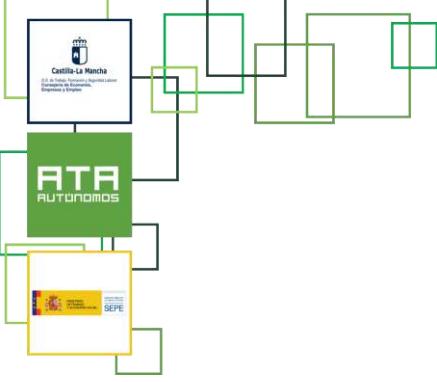
- **Análisis de las competencias transversales en los trabajadores jóvenes de castilla-la mancha.**

“Análisis de las COMPETENCIAS TRANSVERSALES en los trabajadores jóvenes de Castilla-La Mancha: diagnóstico, perfiles y carencias. Estudio comparado en trabajadores con estudios universitarios y no universitarios de reciente incorporación al mercado laboral”. AC2008/052.

Estudio realizado por Ingeniería del Conocimiento S.A. (197 páginas)



http://empleoyformacion.jccm.es/fileadmin/user_upload/Otras_Entidades/entidades_sianimo/Acc_complementarias/2008/200810.pdf



ANEXO III

Cuestionario entrevista comité de expertos

CUESTIONARIO ENTREVISTA A PERSONAS EXPERTAS

En el marco de la política 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, de la Junta de Comunidades; ATA Castilla-La Mancha está desarrollando un estudio de carácter transversal sobre el colectivo de las personas trabajadoras autónomas dedicadas al comercio en la región. Este estudio, está subvencionado por la *Dirección General de Formación Profesional para el Empleo* de la *Consejería de Economía, Empresas y Empleo* y cofinanciado por el *Ministerio de Trabajo y Economía Social* a través del *Servicio Público de Empleo Estatal* (Expediente: PE/2020/18).

El comercio es la principal actividad a la que se dedican los autónomos, y una de las más representativas, pero a la vez lleva años de transformación, con un desplazamiento del comercio tradicional que afecta al colectivo principalmente, antes incluso de la irrupción de la pandemia por COVID-19, que ha asestado un duro golpe. Por eso el **objetivo** de este proyecto es **detectar las competencias y habilidades** que permitan el **mantenimiento del trabajo autónomo en el sector del comercio de la forma más exitosa, y superando crisis como la actual del coronavirus.**

Por ello, es parte fundamental de este estudio la colaboración de organismos y personas expertas, que puedan aportar un análisis del sector comercio, el trabajo autónomo y la formación para el empleo, ayudando a descifrar qué herramientas pueden servir para que los trabajadores por cuenta propia enfrenten de la mejor manera posible la coyuntura presente, dadas las características propias de Castilla-La Mancha, territorio al que se circscribe el presente estudio.

Los datos y respuestas serán tratados de forma anónima y estrictamente confidencial, en cumplimiento del artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

DATOS BÁSICOS

Nombre: _____

Datos de contacto: (teléfono, e-mail) _____

Organización: _____

Cargo/puesto: _____

Área de conocimiento: _____

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

P1: Para poder hacer una composición de lugar, nos serviremos de un Análisis DAFO. Por tanto, se pide identifique las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, que a día de hoy presentan el sector del comercio de Castilla-La Mancha para el desarrollo de negocios, por un lado, y por otro, las propias de los trabajadores autónomos del sector. *Identifique al menos 1 para cada aspecto y ámbito:*

<p>Debilidades</p> <p>Sector comercio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - - - <p>Los autónomos/as:</p> <ul style="list-style-type: none"> - - - - 	<p>Fortalezas</p> <p>Sector comercio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - - - <p>Los autónomos/as:</p> <ul style="list-style-type: none"> - - - -
---	--

Amenazas	Sector comercio: -	Sector comercio: -	Oportunidades
	Los autónomos/as: -	Los autónomos/as: -	

■ □ VALORACIÓN DEL NIVEL FORMATIVO Y COMPETENCIAL

P2: Desde su punto de vista, y obviando la situación pandémica, valore cómo de formado está el colectivo de personas trabajadoras dedicadas al comercio, para hacer frente al día a día de sus negocios, en una escala de 1 a 10:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

P3: Explique muy brevemente el porqué de su valoración:

.....
.....
.....
.....

P4: Distinguendo entre habilidades y **competencias transversales**, aquellas aplicables en diversos sectores, puestos o cargos; y **competencias específicas**, las que son propias del comercio, ¿cómo valora el nivel competencial de las personas trabajadoras autónomas en una escala de 1 a 10, donde 1 sería carencia total de las competencias, y 10 desarrollo pleno de esas habilidades?

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Transversales	<input type="radio"/>									
Específicas	<input type="radio"/>									

P5: Según un estudio realizado por ATA Federación y la FUNDAE, se identificaron 12 competencias generales, extraídas del catálogo ESCO, que son propias de las personas trabajadoras autónomas que desarrollan actividades de comercio. Se listan en la siguiente tabla estas habilidades, pidiéndole que para cada una de ellas valore en una escala de 1 a 5:

- **Importancia:** ¿Qué importancia cree que tienen para los comerciantes cada competencia? En la escala una 1 sería carece de importancia y 5 que es una habilidad indispensable para la actividad.
- **Conocimiento:** Indicando el grado de conocimiento o destreza, que considera que tienen los trabajadores por cuenta propia en esa materia, siendo 1 Desconocimiento, y 5 desarrollo pleno en esa competencia.

1.	Habilidades de atención al cliente	<i>Importancia:</i>	1	2	3	4	5
		<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
2.	Conocimiento del producto	<i>Importancia:</i>	1	2	3	4	5
		<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
3.	Estrategias de ventas	<i>Importancia:</i>	1	2	3	4	5
		<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
4.	Gestión de proveedores y mercancías	<i>Importancia:</i>	1	2	3	4	5
		<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
5.	Identificación y gestión de los riesgos (laborales, competencia...)	<i>Importancia:</i>	1	2	3	4	5
		<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				

6. Imagen del negocio
7. Gestión de caja
8. Relación/cumplimiento de obligaciones con la administración
9. Conocimiento de idiomas
10. Conocimiento del producto
11. Estrategias de ventas
12. Gestión de proveedores y mercancías

<i>Importancia:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Importancia:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Importancia:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Importancia:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Importancia:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Importancia:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Importancia:</i>	<input type="radio"/>				
<i>Conocimiento:</i>	<input type="radio"/>				

P6: A la vista de las habilidades planeadas en la anterior pregunta, ¿qué competencias considera que siendo primordiales para el sector que nos ocupa, no se han recogido en el anterior listado? *Ordénelas en función de la importancia que les confiere.*

1.
2.
3.
4.
5.

P7: Dado que no se obviar el estar inmersos en una situación pandémica por COVID-19, ¿qué competencias considera necesarias en los autónomos dedicados al comercio para hacer frente a las complicaciones y consecuencias de este momento? *Puede repetir competencias de las anteriores preguntas (5 y 6) ordenándolas siempre por el orden de importancia que considera tiene para el colectivo objeto de estudio.*

1.
2.
3.
4.
5.

■□ VALORACIÓN DE OFERTA DE LA FORMACIÓN PARA EL EMPLEO LAS PERSONAS TRABAJADORAS AUTÓNOMAS DEDICADAS AL COMERCIO

P8: ¿En qué grado considera que los comerciantes trabajadores autónomos tienen conocimiento de la oferta formativa que se ofrece específicamente para ellas en la región?



P9: ¿Cuán ajustada a las necesidades del colectivo del sector considera que está y ha estado la oferta de formación para el empleo de Castilla-La Mancha en cada tipo competencial?

..... Nada Poco Bastante Mucho Ns/Nc



P10: Valore de 1 a 10 la importancia que considera pueden tener cada uno de los siguientes aspectos a hora de motivar a los autónomos a formarse:

- Contenidos (pertinencia, respuesta a necesidades reales)
Calidad de la formación (organización didáctica, material, formadores...)
Innovación (contenidos, metodologías...)
Modalidad de la formación (presencial, a distancia...)
Duración de la formación y adaptación al trabajo autónomo

■ □ CONCLUSIONES

P10: Brevemente ¿cuáles cree son los problemas y que mejoras se deberían introducir en el sistema formativo que se oferta a las personas trabajadoras autónomas dedicadas al comercio en la región?

.....
.....
.....
.....

P11: Para finalizar ¿En qué medida cree que la adquisición o mejora de algunas competencias a través de la formación pueden ayudar a los autónomos ante situaciones de crisis como la que se esté viviendo?



P12: Si desea aclarar o señalar algo respecto a las preguntas respondidas o alguna cuestión de consideración de importancia respecto de los temas tratados, indíquelo a continuación:

.....
.....
.....
.....

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ANEXO IV

Cuestionario encuesta a personas trabajadoras autónomas

204

CUESTIONARIO NECESIDADES FORMATIVAS DE LOS TRABAJADORES AUTÓNOMOS DEDICADOS AL COMERCIO

En el marco de la política 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, de la Junta de Comunidades; ATA Castilla-La Mancha está desarrollando un estudio de carácter transversal sobre el colectivo de las personas trabajadoras autónomas dedicadas al comercio en la región. Este estudio, está subvencionado por la Dirección General de Formación Profesional para el Empleo de la Consejería de Economía, Empresas y Empleo y cofinanciado por el Ministerio de Trabajo y Economía Social a través del Servicio Público de Empleo Estatal (Expediente: PE/2020/18).

Los datos y respuestas serán tratados de forma anónima y estrictamente confidencial, en cumplimiento del artículo 5 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

■ □ PERFIL DEL AUTÓNOMO Y SU NEGOCIO

P1: Sexo

- Hombre Mujer

P2: Edad

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Menor de 25 años | <input type="radio"/> Entre 26 y 35 años |
| <input type="radio"/> Entre 36 y 45 años | <input type="radio"/> Entre 46 y 55 años |
| <input type="radio"/> Entre 56 y 65 años | <input type="radio"/> Mayor de 65 años |

P3: ¿Cuántos años lleva al frente de su negocio?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Menos de 2 años | <input type="radio"/> Entre 3 y 5 años |
| <input type="radio"/> Entre 5 y 10 años | <input type="radio"/> Más de 10 años |

P4: ¿Cuántos empleados tiene contratados?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Hasta 5 empleados | <input type="radio"/> Hasta 10 empleados |
| <input type="radio"/> Más de 10 empleados | |

P5: ¿En qué provincia se ubica su negocio?

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> Albacete | <input type="radio"/> Ciudad Real |
| <input type="radio"/> Cuenca | <input type="radio"/> Guadalajara |
| <input type="radio"/> Toledo | |

■ □ NIVEL E INTERÉS FORMATIVO

P6: ¿Cuál es su nivel de estudios finalizados?

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Sin estudios | <input type="radio"/> Certificado profesional |
| <input type="radio"/> Estudios básicos (EGB, ESO) | <input type="radio"/> Bachillerato |
| <input type="radio"/> Formación profesional (I O II) | <input type="radio"/> Grado, diplomatura, licenciatura |
| <input type="radio"/> Máster, postgrado, doctorado | |

P7: En una escala de 1 a 10, valore su nivel de formación general para hacer frente al día a día de su negocio

- | | | | | | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| <input type="radio"/> |

P8: Como autónomo, ha de contar con habilidades como empresario y gestor de su negocio, así como con conocimientos del sector al que se dedica ¿En qué ámbito se ve más capacitado?

- Principalmente, tengo habilidades para las tareas propias de mi negocio/sector
- Cuento con conocimientos básicos en gestión pero sobre soy un profesional de mi sector
- Estoy capacitado por igual para el desempeño empresarial como para las tareas propias de mi trabajo
- Estoy bastante capacitado para las tareas empresariales
- Mis conocimientos son principalmente de gestión del negocio
- Ns/Nc

P9: ¿Qué peso considera que tienen la experiencia acumulada y la formación que haya realizado en su conocimiento de cómo llevar su negocio?

- Sin haberme formado, no podría desarrollar mi actividad diaria
- Aunque la experiencia cuenta, la formación ha sido muy necesaria en mi experiencia como empresario/a
- Formarse ayuda, pero la experiencia es la principal fuente de conocimiento
- La experiencia y el camino recorrido son las bases de mi negocio
- Ns/Nc

P10: En los últimos 3 años ¿ha realizado alguna acción formativa? (Cursos, asistencia a ponencias, estudios académicos, másters...) Puede escoger hasta tres respuestas. (Marque un máximo de 3)

- Sí, he querido retomar mis estudios
- Sí, para emprender nuevos retos/escenarios en mí negocio
- Sí, para digitalizarme
- No necesito formación en este momento
- He buscado formación, peor no he encontrado lo que buscaba
- Desconozco la oferta formativa
- Puedo hacer frente a mí día a día sin ampliar mi formación
- Ns/Nc

P11: En caso de tener empleados contratados ¿Ha realizado alguna acción formativa para ellos en la empresa en los

- últimos 3 años?
- No tengo empleados
- Sí, por mi propia iniciativa o de mis trabajadores
- Sí, por obligación de la administración
- No he realizado ninguna formación

■ □ ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS

P12: Se presenta a continuación una lista de habilidades, competencias y conocimientos propios de los trabajadores autónomos ¿Cómo de importantes consideran que son para el día de su negocio?

	Innecesario	Poco útil	Importante	Imprescindible
Habilidades de atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocimiento del producto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrategias de ventas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestión de proveedores y mercancías	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Identificación y gestión de los riesgos (laborales, competencia...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagen del negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestión de caja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relación/cumplimiento de obligaciones con la administración	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocimiento de idiomas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P13: Valore a continuación, como de capacitado/a está usted en esas competencias

	<i>No tengo mucho habilidad</i>	<i>Me manejo</i>	<i>Me desenvuelvo con soltura</i>	<i>Estoy altamente capacitado</i>
Habilidades de atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocimiento del producto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estrategias de ventas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestión de proveedores y mercancías	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Identificación y gestión de los riesgos (laborales, competencia...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagen del negocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestión de caja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relación/cumplimiento de obligaciones con la administración	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conocimiento de idiomas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

PREFERENCIAS FORMATIVAS

P14: ¿A cuáles de las siguientes cuestiones confiere más importancia a la hora de formarse? (Marque un máximo de 3)

- Modalidad de la formación: telemática, presencial, mixta
- Duración total de la formación, que no sea muy largo
- Contenido de la formación, que sea amplio
- Horario de la formación, que se imparta cuando estoy libre
- Que se imparta en días libres o laborables
- Que sea práctica
- Formación intensiva de corta duración
- Que aborde cuestiones concretas
- No tengo interés en formarme
- Ns/Nc

P15: Antes de finalizar ¿desea añadir alguna consideración que crea pueda ser útil para este estudio?

La encuesta ha finalizado. Muchas gracias por su colaboración