



PROYECTO

Jaén Sinergia II

Año 2019

Jaén Sinergia II

El proyecto Jaén Sinergia II es un proyecto promovido por la Confederación de Empresarios de Jaén y subvencionado por la Diputación Provincial de Jaén

Promueve:



Subvenciona:



Con la colaboración Técnica de:



ÍNDICE

1. EL TEJIDO EMPRESARIAL JIENNENSE.....	2
1.1. Introducción.....	2
1.2. Análisis macroeconómico.....	3
1.2.1. Características del tejido empresarial jiennense.....	3
1.2.2. Dimensión de las empresas.....	7
1.2.3. Condición jurídica de las empresas.....	9
1.2.4. Sector de actividad de las empresas.....	12
1.3. Análisis estratégico.....	14
2. LAS EMPRESAS TRACTORAS DE LA PROVINCIA DE JAÉN.....	18
2.1. Definición de empresa tractora y clasificación.....	18
2.2. Extracción de empresas y valoración del potencial.....	18
2.3. Identificación y características de las empresas tractoras de la provincia de Jaén	18
2.3.1. Información sobre las empresas.....	18
2.3.2. Criterios de elección del proveedor.....	24
2.3.3. Principales demandas actuales.....	35
3. ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO DE LAS EMPRESAS TRACTORAS PARTICIPANTES EN EL PROYECTO.....	45
3.1. Metodología para la obtención de datos.....	45
3.2. Informe individual de las empresas tractoras de Jaén Sinergia.....	47
4. OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS AUXILIARES.....	225
4.1. Principales retos de las empresas auxiliares de la provincia.....	225
4.2. Tendencias de demanda de las empresas tractoras.....	233
5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO.....	238
Anexo.....	244

1. EL TEJIDO EMPRESARIAL JIENNENSE

1.1. Introducción

2

Se ha llevado a cabo un análisis macroeconómico de la demografía de las empresas de la provincia de Jaén para contextualizar el proyecto “Jaén Sinergia II”. El objetivo principal ha sido conocer su estructura empresarial, determinar las principales características de la misma y que paralelismos existen con el entorno económico al que pertenece: Andalucía y España, respectivamente.

Las principales características de las empresas jiennenses son: la primera es que la mayoría de ellas tienen una dimensión reducida, teniendo como estructura jurídica la persona física, por tanto, los que les condicionan en cuanto a recursos e infraestructuras, disponiendo, asimismo, de una menor capacidad organizativa. Derivada de esta primera característica encontramos la segunda: la relevancia de este tipo de pyme, gestionadas en su mayoría por núcleos familiares para nuestra economía.

Las razones que justifican el interés de un estudio como el que aquí se presenta, radican en que el tejido empresarial es uno de los pilares de la innovación y el crecimiento de los territorios. Por ello, conocer las características de la demografía empresarial en Jaén es fundamental para entender las dificultades que tienen las empresas para incrementar su productividad y su tamaño. Además, la necesidad de revitalizar el tejido empresarial como medio para poder aumentar el ritmo de crecimiento y de generación de empleo ha estado presente en todo el proyecto, siendo el núcleo de las sinergias que se han buscado y creado.

Es importante, por otra parte, hacer mención de cuál es el ámbito de estudio de este informe, es decir, cuáles son las empresas que se incluyen en las referidas fuentes estadísticas, pues ello es determinante del análisis llevado a cabo. En este sentido, debemos señalar que sólo se incluyen las empresas radicadas en la provincia de Jaén, sean o no de propiedad jiennense. Adicionalmente, se han tenido en cuenta las empresas de Andalucía y España, aunque solamente a modo comparativo para extraer resultados y conclusiones estadísticas



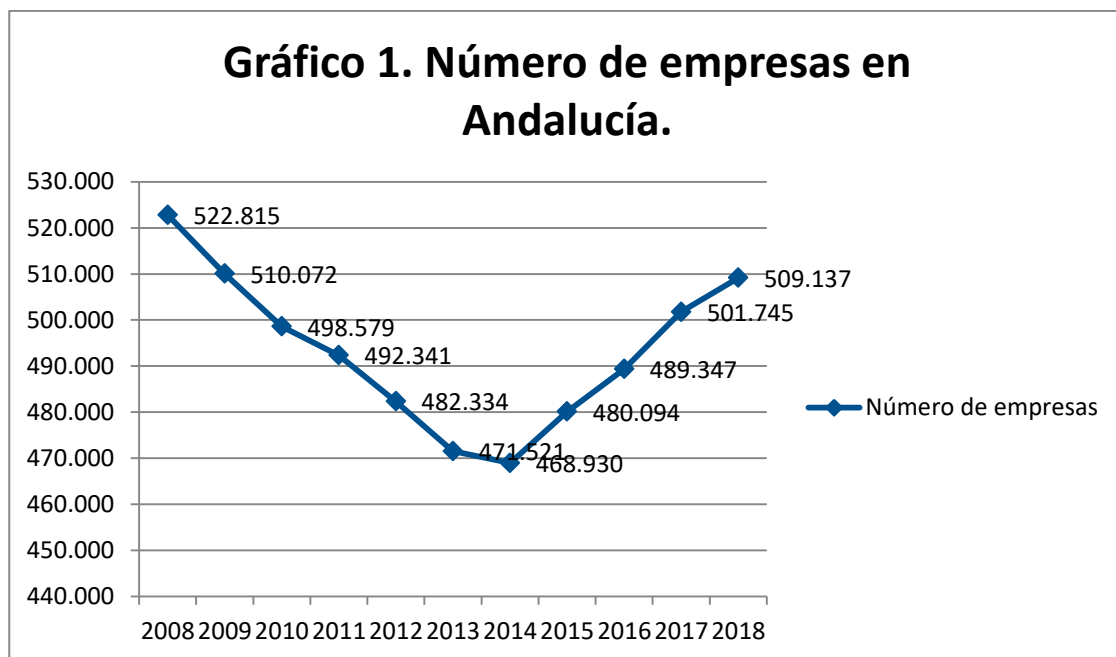
1.2. Análisis macroeconómico

A continuación se expone un análisis de la estructura empresarial jiennense y las principales características de la misma. Este estudio es necesario para comprender la situación real del territorio y las empresas que forman el tejido empresarial. Se han llevado a cabo comparaciones con entornos económicos similares.



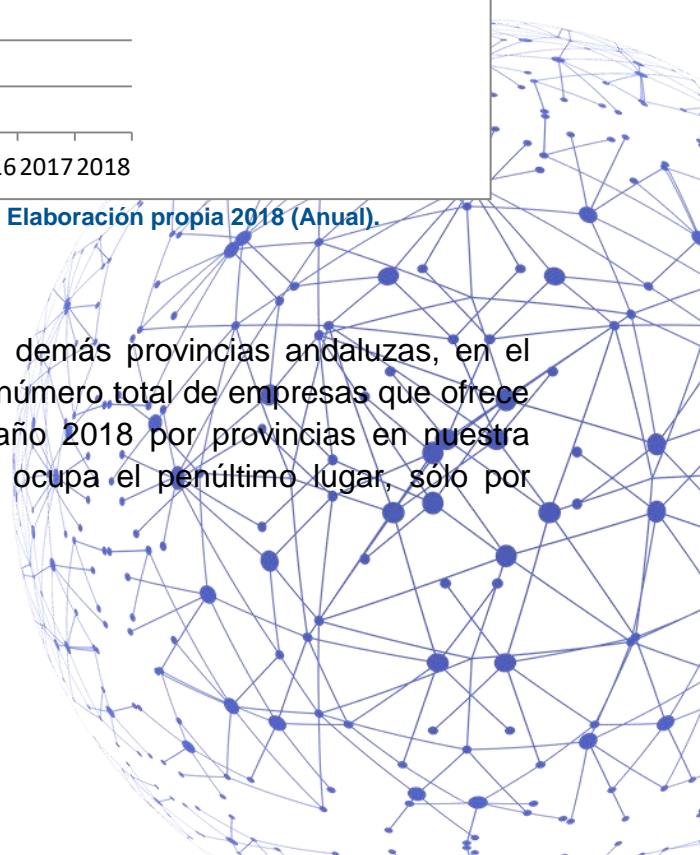
1.2.1. Características del tejido empresarial jiennense

El número de empresas existentes en España en 2018 (gráfico 1), según el Directorio Central de Empresas y el Instituto Nacional de Estadística, se situó en 3.337.646 empresas. De ellas, un 15,25%, es decir, 509.137 tenían su domicilio en nuestra comunidad autónoma (Andalucía) y un 6,68% de estas últimas, es decir, 34.030 (con respecto al total nacional representan el 1,02%) se localizan en la provincia jiennense.

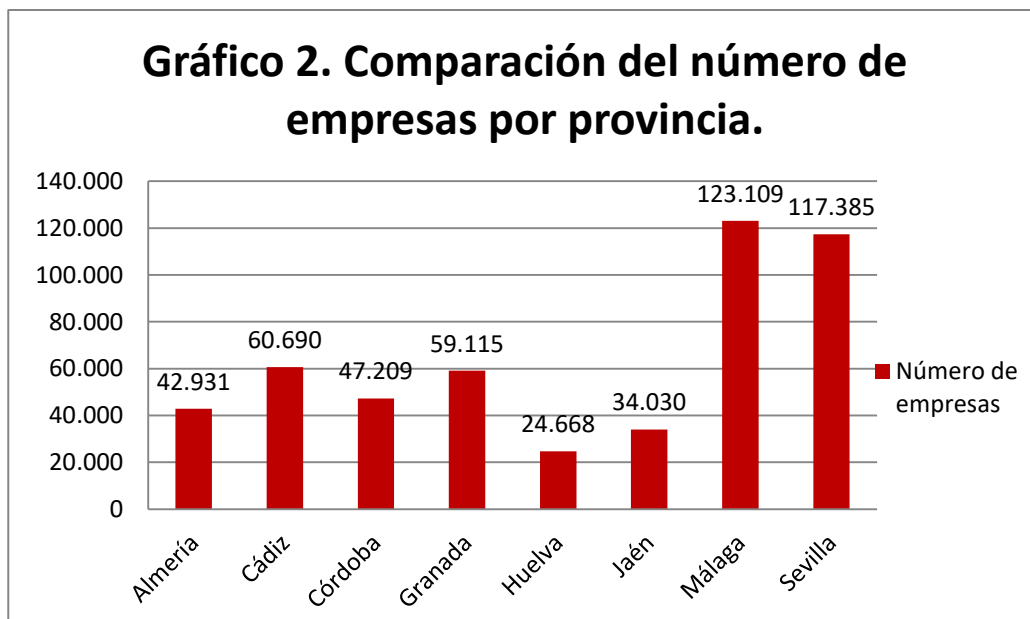


Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

Para observar mejor la comparación con las demás provincias andaluzas, en el gráfico 2, podemos identificar con claridad el número total de empresas que ofrece el Instituto Nacional de Estadística para el año 2018 por provincias en nuestra comunidad autónoma. La provincia de Jaén ocupa el penúltimo lugar, sólo por delante de la provincia de Huelva.

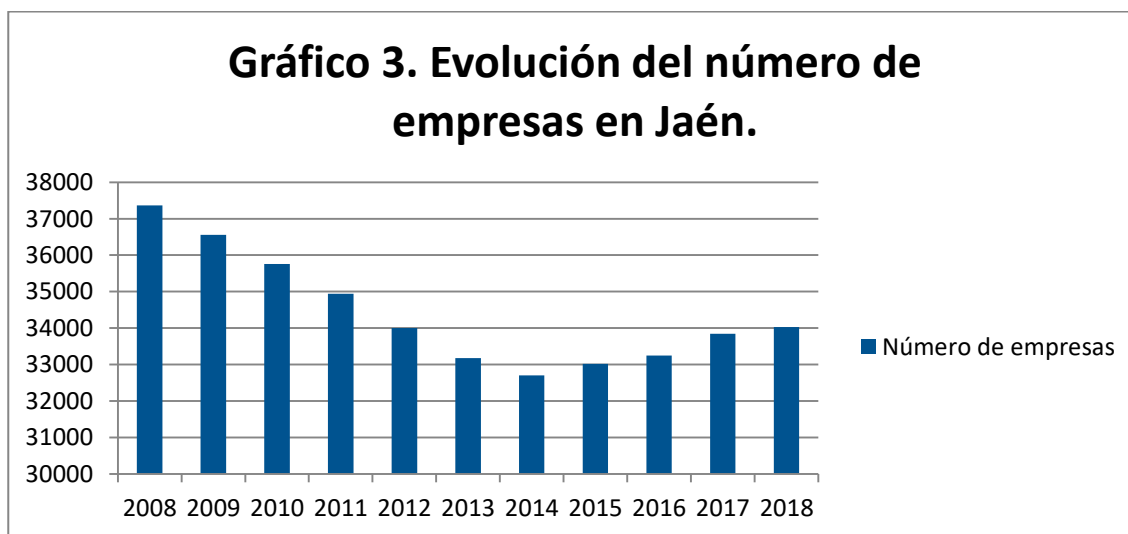


4

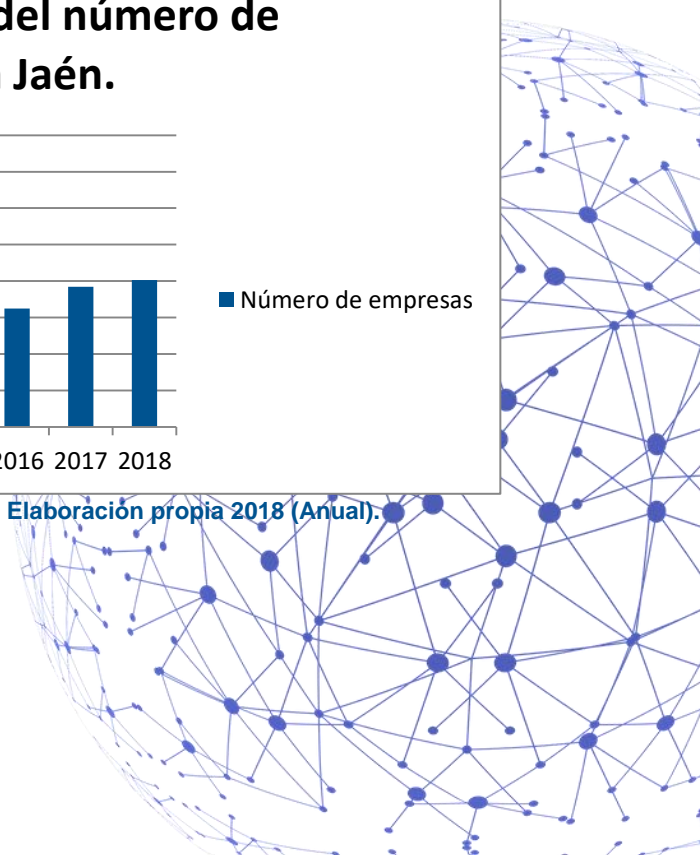


Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

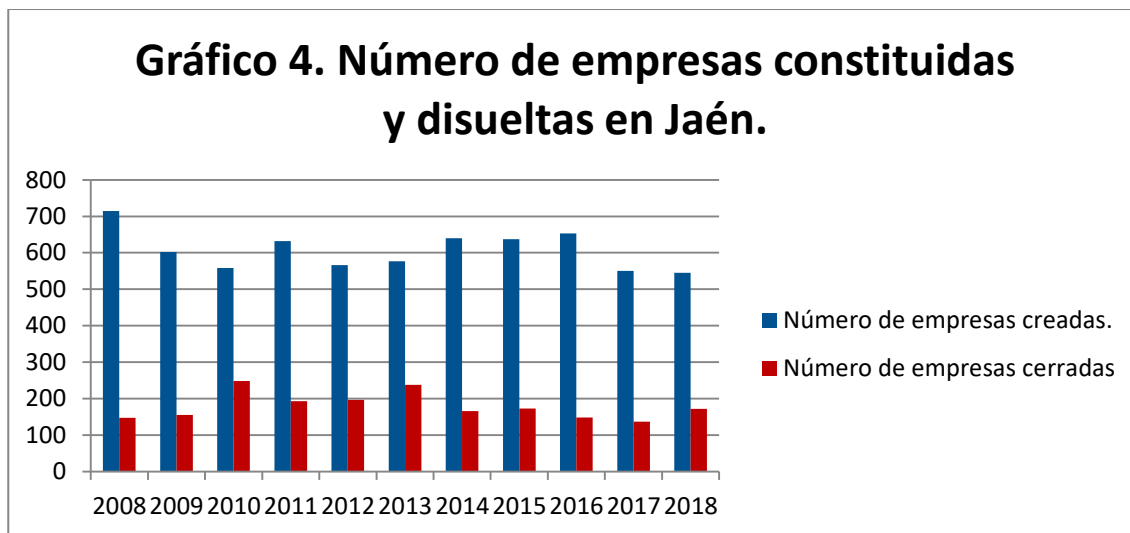
En el gráfico 3 podemos observar la evolución del número de empresas en la provincia de Jaén. En él se ve claramente como en los años anteriores a la crisis la tendencia fue positiva en cuanto al número de empresas que poseía nuestro territorio. Evidentemente, la recesión económica y financiera iniciada en 2008 supuso una importante destrucción del tejido empresarial, con la desaparición de casi 5.000 empresas. Esta senda de reducción comienza a recuperarse en 2015, con un cambio a signo positivo en la tasa de crecimiento neto empresarial.



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).



En el gráfico 4 podemos contemplar en número de empresas creadas y cesadas en los últimos 10 años en la provincia. Se puede observar que en todos los años se han concebido más empresas de las que se han destruido, aunque durante los años de crisis en número de empresas constituidas ha sido menor y el de empresas eliminadas mayor. No obstante, desde 2015 el número de empresas cesadas es inferior hasta 2017. Si bien es cierto que en 2018 el número de empresas disueltas es superior.



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018

También es importante para conocer el tejido empresarial jiennense conocer la tasa de variación que han tenido las empresas de la provincia de Jaén en los últimos años para observar su crecimiento o decrecimiento (tabla 1 y gráfico 5). Al coincidir el estudio con los años de crisis, los datos pueden llevar a confusión, ya que en dicha época se desaceleró el ritmo de crecimiento de creación de empresas. En la tabla podemos observar como durante la crisis se han disminuido el número de empresas y por ello la tasa de variación neta del número de empresas es negativa. Si bien es cierto que desde el año 2015 la tasa de variación es positiva, por lo que cada año se crean mayor número de empresas.

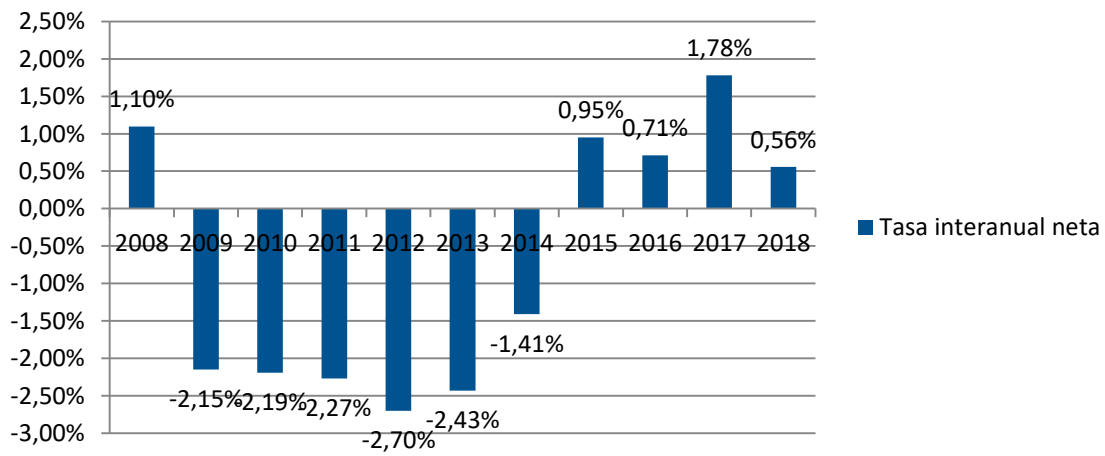


Tabla 1. Evaluación del número de empresas

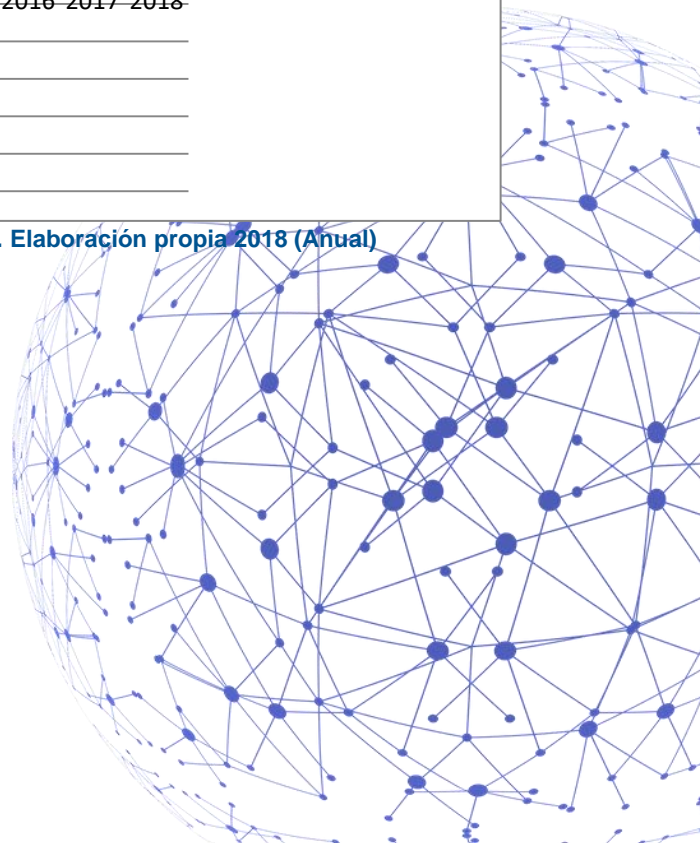
Años	Empresas	
	Número	Tasa de variación
2008	37.368	1,10%
2009	36.557	-2,15%
2010	35.758	-2,19%
2011	34.945	-2,27%
2012	34.000	-2,70%
2013	33.172	-2,43%
2014	32.704	-1,41%
2015	33.016	0,95%
2016	33.250	0,71%
2017	33.842	1,78%
2018	34.030	0,56%

Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

Gráfico 5. Tasa de variación interanual neta de empresas en Jaén.



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual)



1.2.2. Dimensión de las empresas

Para poder extraer conclusiones del tejido empresarial estudiar la variable número de asalariados es importante (véase tabla 2). Con ello, podemos saber cuál es el tamaño de las empresas que se ubican en un territorio en concreto. Esta variable nos puede relevar aspectos relativos a productividad, competitividad, apertura externa, etc.

7

Nota: la clasificación de medianas y grandes empresas difiere del criterio de la Comisión Europea de 250 asalariados, al no estar disponible esa información a nivel macroeconómico en la base de datos del DIRCE.

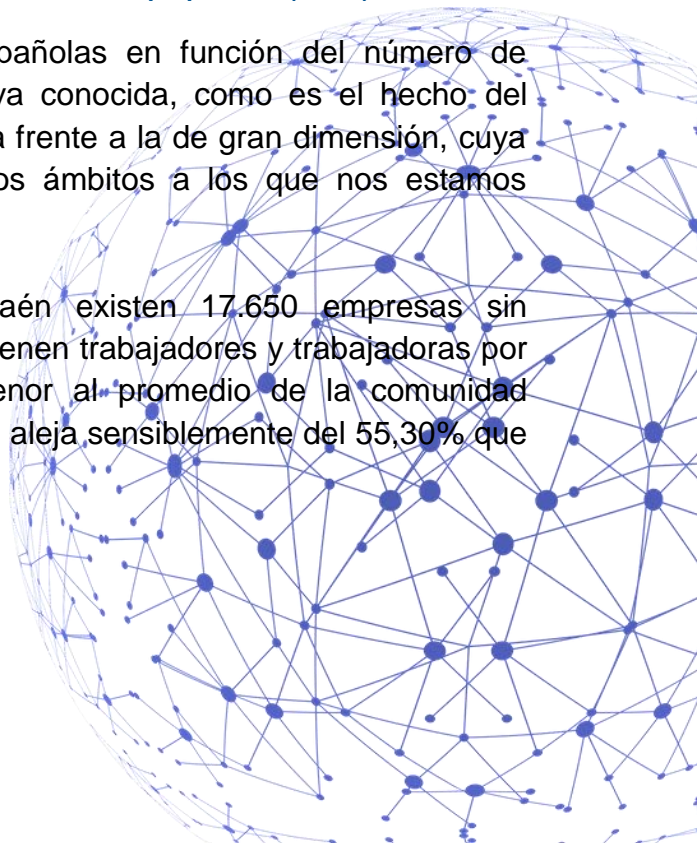
Tabla 2. Número de empresas por ámbito geográfico y número de asalariados.

	Sin asalariados	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 199	200 ó más
Almería	22.844	18.381	1.455	180	71
Cádiz	30.590	27.590	2.185	287	38
Córdoba	25.029	20.174	1.760	196	50
Granada	32.863	24.178	1.791	230	53
Huelva	12.804	10.909	816	115	24
Jaén	17.650	15.066	1.170	125	19
Málaga	68.074	50.532	3.930	469	104
Sevilla	63.920	48.163	4.546	614	172
Andalucía	273.774	214.993	17.623	2.216	531
España	1.845.881	1.339.433	126.345	20.149	5.838

Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

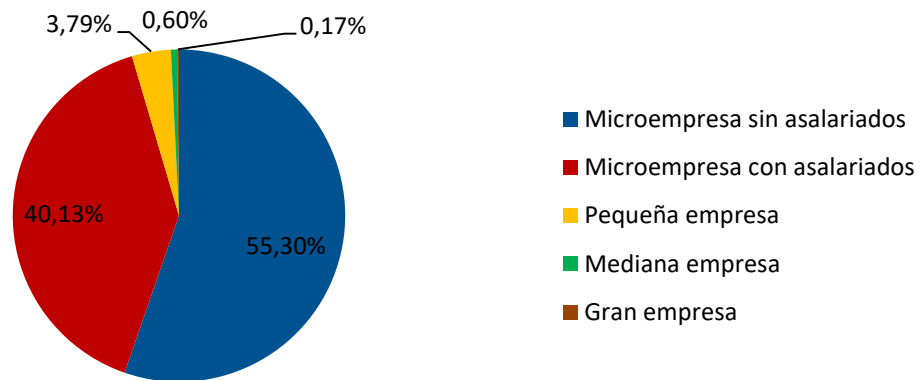
En 2018 la estructura de las empresas españolas en función del número de asalariados viene a constatar una realidad ya conocida, como es el hecho del predominio de la pequeña y mediana empresa frente a la de gran dimensión, cuya presencia es testimonial en cualquiera de los ámbitos a los que nos estamos refiriendo.

Más concretamente, en la provincia de Jaén existen 17.650 empresas sin asalariados, es decir, un 51,87% del total no tienen trabajadores y trabajadoras por cuenta ajena. Dicho porcentaje es algo menor al promedio de la comunidad autónoma, que es del 53,77%, a la vez que se aleja sensiblemente del 55,30% que corresponde al ámbito nacional.



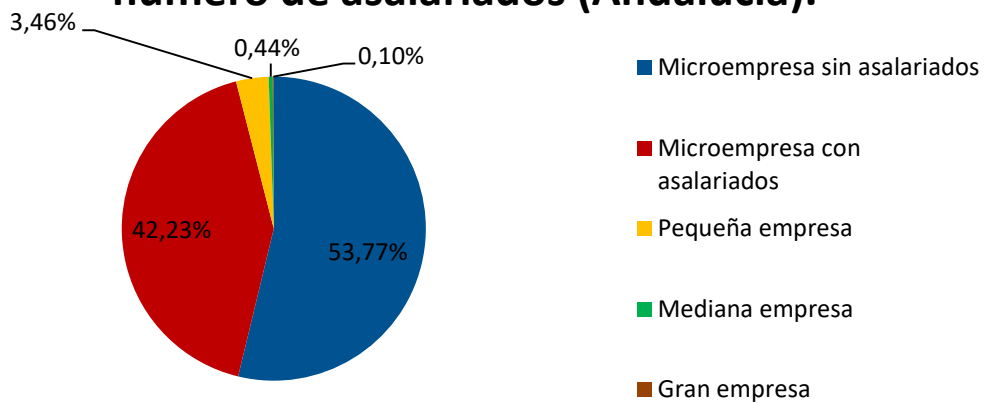
8

Gráfico 6. Estructura empresarial por número de asalariados (España).



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

Gráfico 7. Estructura empresarial por número de asalariados (Andalucía).



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

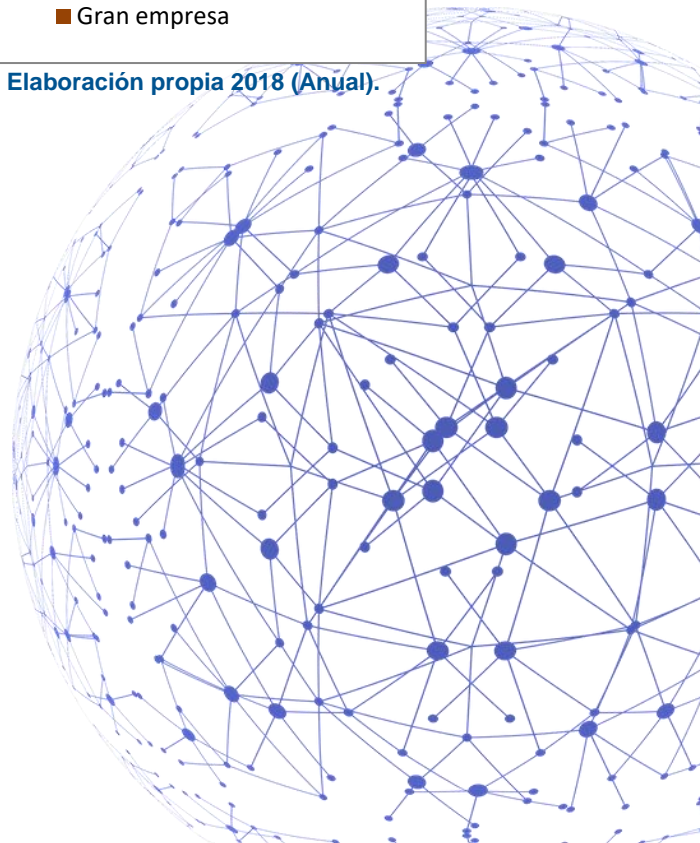
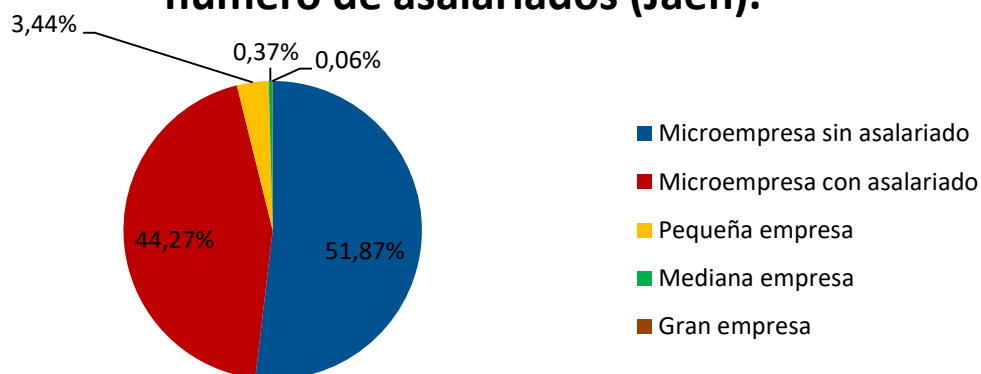


Gráfico 8. Estructura empresarial por número de asalariados (Jaén).



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

Además, podemos ampliar un poco más el tramo de referencia para apreciar mejor la forma y las características del tejido empresarial y de las empresas que las constituyen. En este sentido, cuando nos referimos, no sólo a las unidades empresariales sin asalariados, sino que incluimos a todas aquellas que tienen un máximo de nueve trabajadores asalariados (lo que solemos denominar como microempresas) podemos observar como los porcentajes anteriores se elevan considerablemente. De este modo, nos encontramos que en Jaén el 96,14% de las empresas se encuentra dentro del intervalo de las microempresas y no demasiado alejada de Andalucía y España, cuya importancia relativa en dichos ámbitos se cifra en un 96% y un 95,43%, respectivamente.

Las pequeñas empresas representan el 3,44% de las empresas provinciales, con un número de trabajadores entre 10 y 49. Por el contrario, las medianas y grandes empresas tienen una presencia poco significativa en el tejido empresarial, concretamente, representan el 0,37% (entre 50 y 199 asalariados) y 0,06% (más de 200 asalariados), respectivamente.

1.2.3. Condición jurídica de las empresas.

Podemos observar en la tabla 3 que se expone a continuación que la principal condición jurídica de las empresas es la de persona física. Así, España y Andalucía tienen un 53,51% y un 59,01%, respectivamente, de las empresas existentes en 2018 con dicha personalidad. Como se ha podido observar, el peso relativo de este tipo de empresas es superior en nuestra comunidad autónoma, y en el caso de nuestra provincia se incrementa hasta alcanzar un 65,50% del total de las empresas.

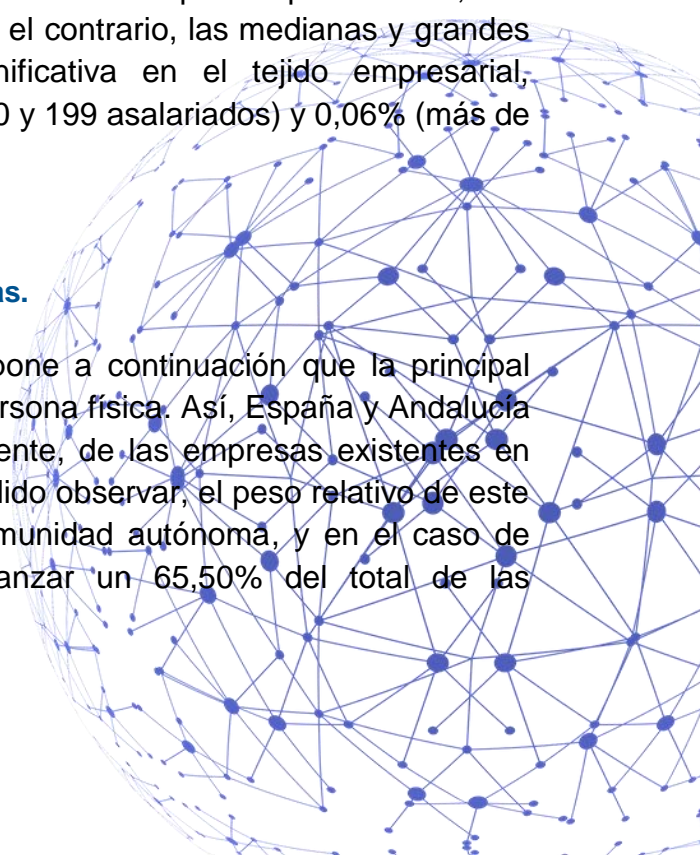


Tabla 3. Número de empresas por ámbito geográfico y condición jurídica.

	Total		Personas físicas		Formas societarias	
	Número	%	Número	%	Número	%
Almería	42.931	100	24.011	55,93	18.920	44,07
Cádiz	60.690	100	37.790	62,27	22.900	37,73
Córdoba	47.209	100	27.909	59,12	19.300	40,88
Granada	59.115	100	36.109	61,08	23.006	38,92
Huelva	24.668	100	14.778	59,91	9.890	40,09
Jaén	34.030	100	22.291	65,50	11.739	34,50
Málaga	119.512	100	69.587	58,23	49.925	41,77
Sevilla	117.385	100	65.833	56,08	51.552	43,92
Andalucía	501.745	100	292.758	59,01	207.232	40,99
España	3.337.646	100	1.786.037	53,51	1.551.609	46,49

Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

El sesgo hacia este tipo de empresas es bastante significativo ya que, por una parte, aquellas sin una estructura jurídica societaria suelen ser de una dimensión más reducida e, incluso, en su mayor parte suelen tener carácter individual y, por tanto, disponen de una menor capacidad organizativa.

Cabría esperar que en provincias como las de Jaén, Cádiz o Granada, con un porcentaje de empresas societarias inferior al 40% del total y, por tanto, alejadas de las medias autonómica y nacional, con un 40,99 y un 46,49%, respectivamente, su estructura por tamaños esté en mayor medida orientada hacia las que no tienen asalariados o, en otro caso, que cuente con muy pocos de ellos.

Una de las razones que explican este mayor peso de esta modalidad de empresa mercantil, se basa en las menores exigencias de capital social mínimo necesario para su constitución (3.000€), frente a la tradicional sociedad anónima (60.000€), bastante más elevado.

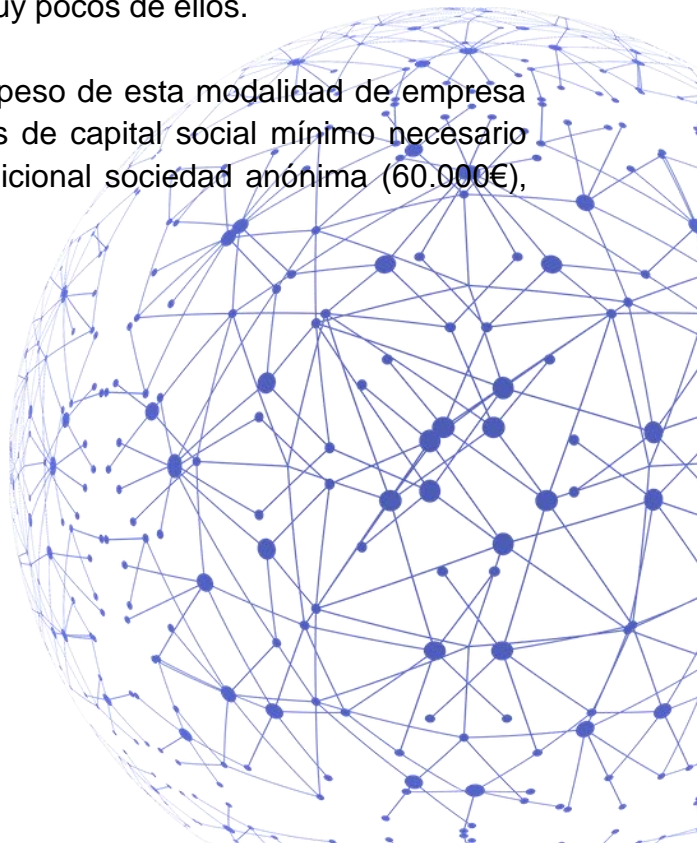
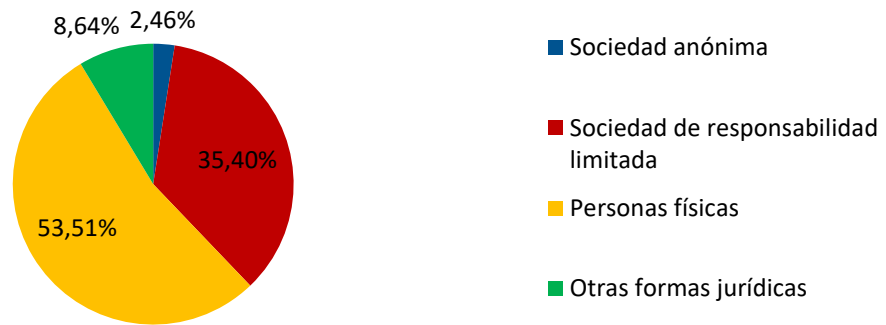
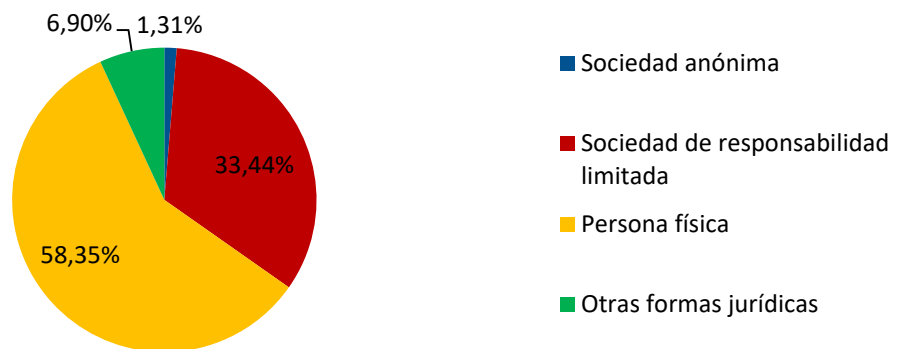


Gráfico 9. Número de empresas según la condición jurídica (España).



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

Gráfico 10. Número de empresas según la condición jurídica (Andalucía).



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

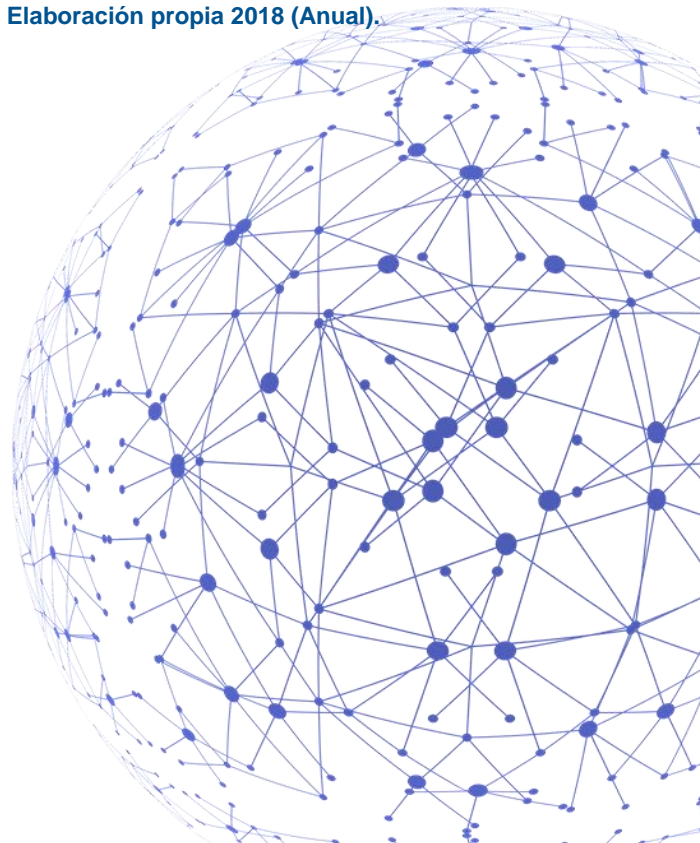
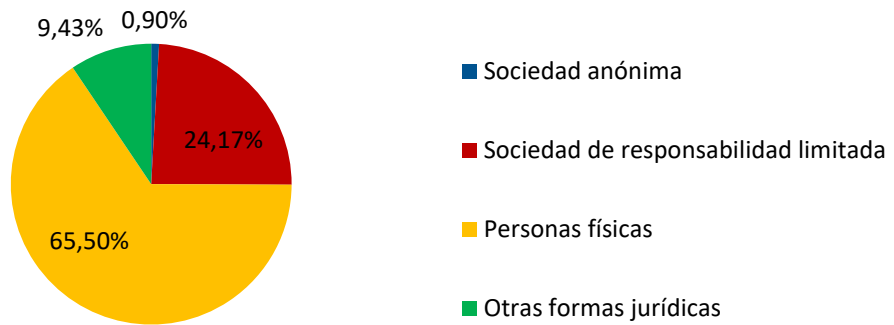


Gráfico 11. Número de empresas según la condición jurídica (Jaén).

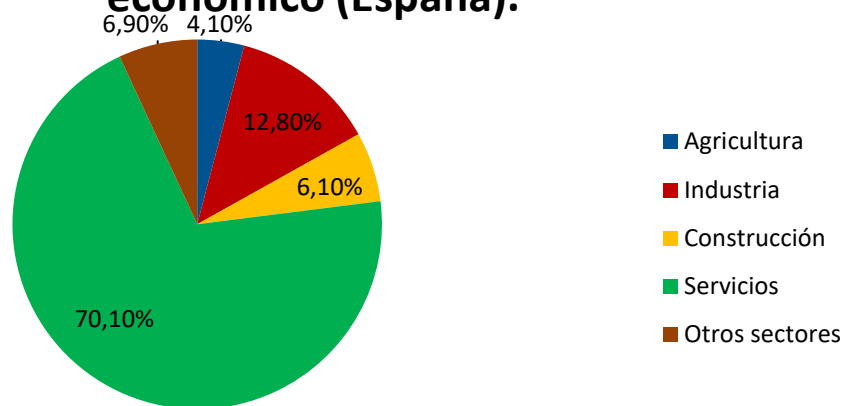


Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2018 (Anual).

1.2.4. Sector de actividad de las empresas

El análisis de la estructura sectorial de las empresas se basa en la desagregación en cuatro segmentos de las actividades productivas. Para el análisis se ha dividido a las empresas en cuatro sectores de actividad: agricultura, industria, construcción y servicios.

Gráfico 12. Número de empresas por sector económico (España).



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2019 (3er trimestre).

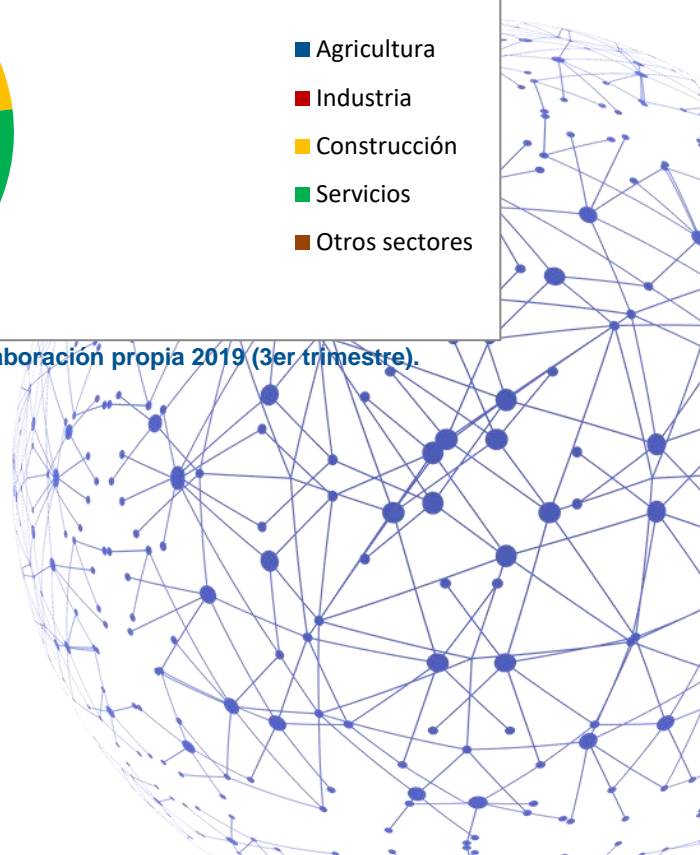
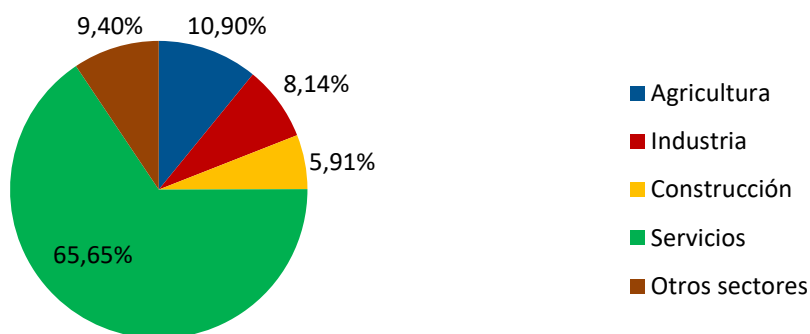
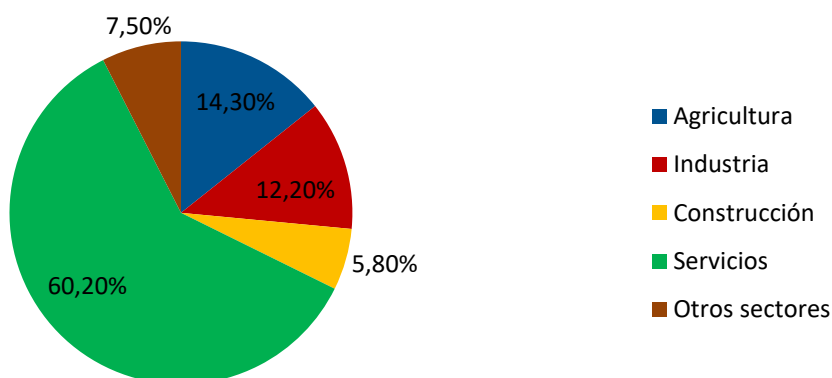


Gráfico 13. Número de empresas por sector económico (Andalucía).



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2019 (3^{er} trimestre).

Gráfico 14. Número de empresas por sector económico (Jaén).



Fuente. INE, Directorio Central de Empresas. Elaboración propia 2019 (3^{er} trimestre).

El número de empresas de cada sector es distinto en los diferentes ámbitos estudiados, si bien es cierto que está latente la terciarización de la economía en todas las áreas estudiadas. No obstante la provincia de Jaén es la que menor porcentaje de empresas tiene de este sector comparándolas con la nación y con la comunidad andaluza.



Tabla 4. P.I.B. por ámbito geográfico y sectores económicos.

Sectores económicos	Datos absolutos (Miles de €)			Porcentaje		
	Jaén	Andalucía	España	Jaén	Andalucía	España
Agricultura	1.144.675	8.558.026	27.266.000	11,63%	6,50%	2,78%
Industria	1.476.515	16.720.992	176.484.000	15,00%	12,71%	18,01%
Construcción	548.552	8.166.017	54.927.000	5,57%	6,20%	5,61%
Servicios	6.675.116	98.158.828	721.197.000	67,80%	74,59%	73,60%
Total	9.844.828	131.603.863	979.874.000	100%	100%	100%

Fuente. INE, Contabilidad Regional de España. Base 2010. Excluidos impuestos netos. 2018 (Anual).

De los datos ofrecidos en la tabla, se desprende que cerca de las tres cuartas partes del valor de los bienes y servicios producidos en la provincia son generados por el sector Servicios, seguido por el proporcionado por la Industria y con aportaciones similares, la Agricultura y Construcción.

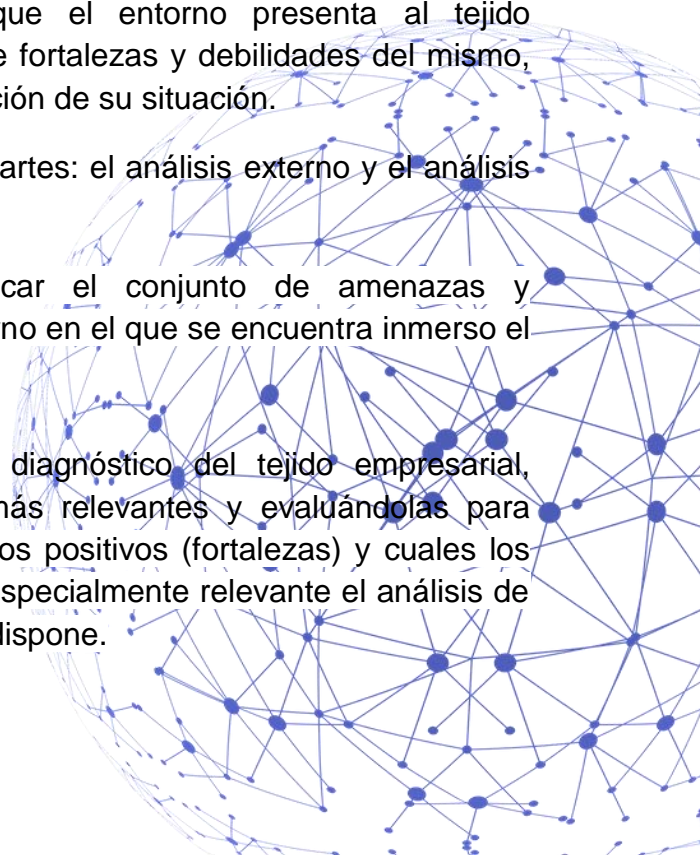
El peso relativo del sector Servicios en la provincia de Jaén es inferior al que tiene en el ámbito nacional y autonómico como ya se ha mencionado anteriormente. El de la Construcción e Industria presentan una influencia similar a la que tienen en el ámbito autonómico, mientras que la Agricultura tiene una presencia similar a la de Andalucía y duplica la nacional.

1.3. Análisis estratégico

El análisis estratégico es el proceso mediante el cual es posible determinar el conjunto de amenazas y oportunidades que el entorno presenta al tejido empresarial de Jaén, así como el conjunto de fortalezas y debilidades del mismo, de forma que permita un diagnóstico y evaluación de su situación.

El análisis estratégico está formado por dos partes: el análisis externo y el análisis interno.

- **Análisis externo:** Trata de identificar el conjunto de amenazas y oportunidades que caracterizan el entorno en el que se encuentra inmerso el tejido empresarial jiennense.
- **Análisis interno:** Busca realizar un diagnóstico del tejido empresarial, determinando las variables internas más relevantes y evaluándolas para determinar cuáles constituyen los puntos positivos (fortalezas) y cuales los negativos (debilidades). Se considera especialmente relevante el análisis de los recursos y capacidades de las que dispone.



Para realizar el análisis estratégico, se han estudiado los factores clave relacionados con la organización, los mercados, la competencia, los recursos financieros, la infraestructura, el recurso humano, los inventarios, el sistema de mercadeo y distribución, la investigación y desarrollo de las empresas de nuestra provincia, así como las tendencias políticas, sociales, económicas y tecnológicas y las variables de competitividad que influyen al territorio.

Una vez realizado el análisis estratégico y con los datos obtenidos, damos paso al análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Este análisis constaría con 3 fases: Análisis interno, análisis externo y confección de la matriz DAFO.

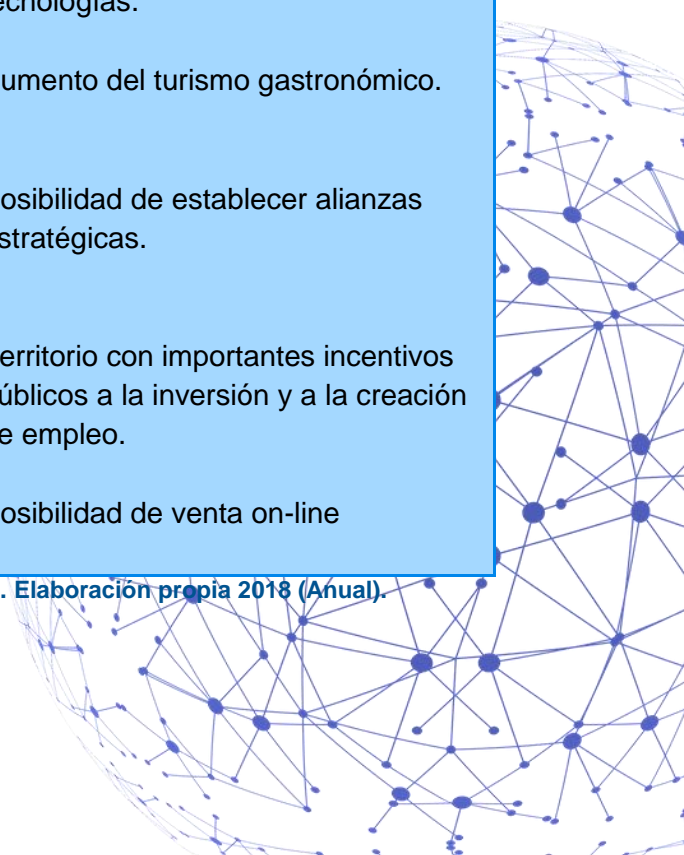
- **Análisis interno:** Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis DAFO corresponden a las fortalezas que poseen y a las debilidades que limitan a las empresas de nuestra provincia.
- **Análisis externo:** Los elementos externos que se deben analizar durante el análisis DAFO corresponden a las oportunidades y amenazas que se tienen respecto a los mercados, los sectores, la competencia y el entorno.
- **Confección de la matriz DAFO:** Los cuatro elementos, debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, se representan en una matriz clásica, como la que podemos observar en la tabla 5.



Tabla 5. Análisis DAFO del tejido empresarial jiennense.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Limitado equipamiento tecnológico. • Débil sector industrial, donde predomina la empresa de reducida dimensión. • Escasa cooperación entre la pequeña y mediana empresa para conseguir una mayor eficacia. • Escasa formación del empresariado. • Alta sensibilidad laboral estacional (aceituna). • Salarios bajos. • Aislamiento ferroviario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor competencia de las grandes superficies para las pequeñas y medianas empresas, por su falta de adaptación a los cambios en los hábitos de compra. • Estancamiento de las infraestructuras. • Aparición de nuevos competidores en otros territorios por la globalización de los mercados. • Reducción de las ayudas de la UE a medio plazo. • Situación del mercado oleícola. • Escasa atracción de Jaén para inversiones exteriores.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio histórico, monumental y medioambiental y potencial turístico. • Existen personas, recursos, conocimientos, capacidades y condiciones suficientes. • Principal exportadora de aceite mundial. • Existencia de sistemas productivos locales. • Adaptación a las nuevas tendencias industriales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran posibilidad de desarrollo de nuevas formas de comercialización y distribución mediante el avance en la implantación de las nuevas tecnologías. • Aumento del turismo gastronómico. • Posibilidad de establecer alianzas estratégicas. • Territorio con importantes incentivos públicos a la inversión y a la creación de empleo. • Posibilidad de venta on-line

Fuente. Plan Estratégico de la provincia de Jaén. Elaboración propia 2018 (Anual).



De este análisis se pueden extraer como principales observaciones las siguientes:

- La mayoría de las empresas del sector son de reducida dimensión, lo cual cuentan con menor acceso a recursos y limita el crecimiento. Además, la mayoría son sin asalariados y de carácter familiar, por lo tanto, tienen escasos resortes organizativos que le permitan un mejor aprovechamiento de los recursos, la búsqueda de clientes o diseño de campañas de promoción y marketing.
- Estas limitaciones pueden superarse con el aprovechamiento y desarrollo de las nuevas tecnologías y la búsqueda de una mayor cooperación y colaboración para determinadas actividades de gestión y organización entre las pequeñas y medianas empresas con las grandes empresas, para así aprovecharse las primeras puedan aprovechar las potencialidades de las segundas.
- Conectado con lo anterior, se hace necesario aumentar el tamaño de las empresas jiennenses para aumentar la posibilidad de crecimiento de la economía, adaptando el tamaño de las pymes y medianas empresas a las condiciones de la demanda o a la evolución tecnológica.
- No obstante, se hace necesario conocer más y mejor la actividad empresarial jiennense, potenciar sus virtudes, detectar los sectores tradicionales para desarrollarlos y darles un impulso a partir de la aplicación de las nuevas tecnologías.
- La desaceleración económica puede llegar a ser un perjudicial para la economía del país debido a la incertidumbre que genera en las personas y sobre todo en los inversores.
- Por último, hay que hacer mención a los sectores en los que la actividad empresarial de Jaén está basando su crecimiento y, al mismo tiempo, habría que seguir potenciando. Se puede apreciar que el peso de la economía jiennense recae sobre el sector servicios (ocio y turismo). No obstante, otros sectores como son la construcción y, sobre todo, el sector agroalimentario (aceite y sus derivados), son importantes en el tejido empresarial.



2. LAS EMPRESAS TRACTORAS DE LA PROVINCIA DE JAÉN

2.1. Definición de empresa tractora y clasificación

18

Se puede entender por “empresa tractora” la que con su tamaño e importancia logra el crecimiento y desarrollo macroeconómico, al producir un efecto multiplicador que activa la economía. Ese efecto consiste en que dicha empresa necesita, para poder desempeñar su actividad, subcontratar servicios y consumir productos elaborados por otras entidades (PYMEs, centros de I+D, centros tecnológicos, etc). Esta demanda de productos y servicios a terceros impulsa el tejido empresarial y origina empleos indirectos que, junto a los empleos directos, trae consigo la activación de la economía en distintos ámbitos geográficos (local, regional, nacional e incluso internacional).

2.2. Extracción de empresas y valoración del potencial

Para la identificación de empresas tractoras dentro de los subsectores industriales estratégicos se ha considerado su impacto potencial sobre la industria auxiliar a través de la carga de trabajo y empleo.

Para ello, se ha llevado a cabo un análisis del ranking de las 200 principales empresas de la provincia de Jaén, teniendo en cuenta su volumen de facturación, así como el número de trabajadores y trabajadoras, invitando entre los dos años a 29 empresas que puedan considerarse tractoras.

2.3. Identificación y características de las empresas tractoras de la provincia de Jaén

Para obtener la información sobre las diferentes empresas tractoras, se ha diseñado un cuestionario la información expuesta datos expuestos a continuación. Para ilustrar y presentar dicho conjunto de datos, se han utilizado distintos gráficos, con el fin de facilitar la comprensión, la comparación y el análisis de los datos.

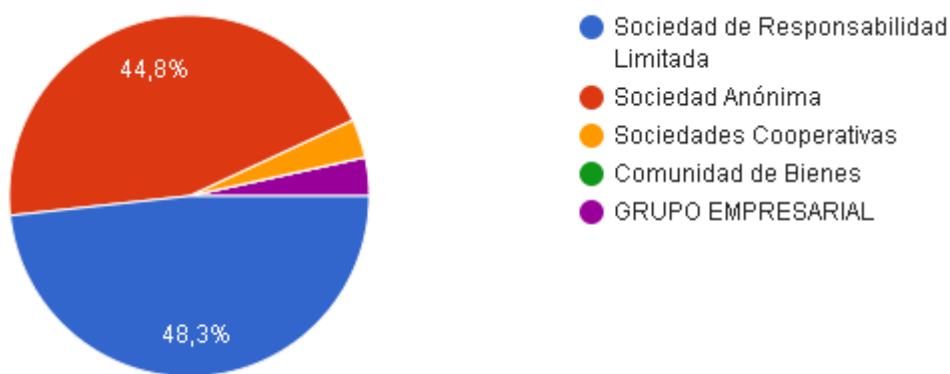
2.3.1. Información sobre las empresas

En primer lugar comenzaremos observando las características básicas de las distintas empresas tractoras, como son su forma jurídica, CNAE, sector, entre otras características.



La forma jurídica de una empresa es la identidad que asume legalmente dicha empresa. En este primer gráfico, podemos observar las distintas formas jurídicas que presentan las diferentes empresas del análisis. El 48,3% de ellas tienen como forma jurídica la Sociedad Anónima, seguida de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (44,8%).

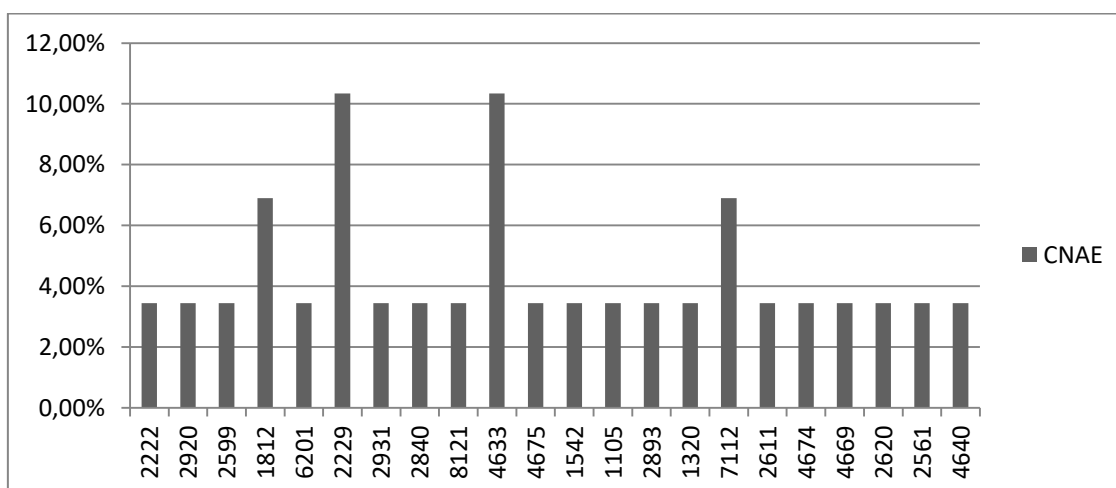
Gráfico 15. Forma jurídica.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

La CNAE o Clasificación Nacional de Actividades Económicas es un sistema de agrupación de las empresas según su actividad principal. En el gráfico podemos observar cómo, a excepción de 4 casos, las demás empresas tienen actividades diferenciadas.

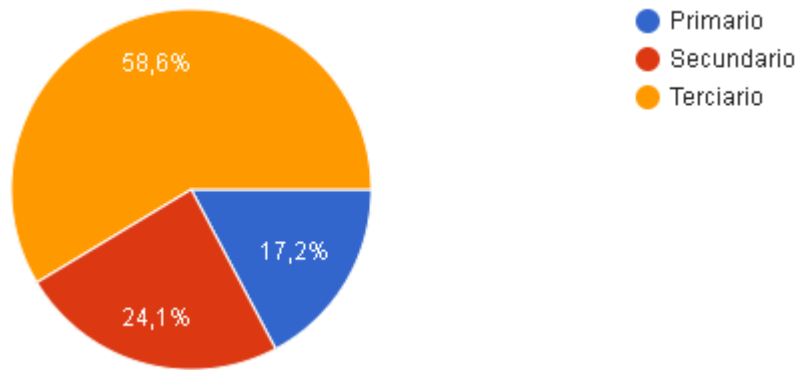
Gráfico 16. CNAE Actividad principal



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Los sectores económicos son la división de la actividad económica en los sectores primario, secundario y terciario. La mayoría de las empresas, concretamente el 58,6% pertenecen al sector terciario. El segundo sector es el secundario, con un 24,1%.

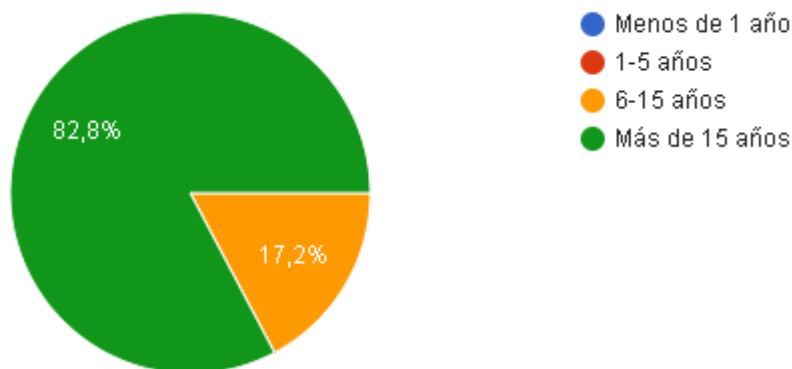
Gráfico 17. Sector.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

La antigüedad de una empresa mide los años que dicha empresa lleva en un sector y realizando una actividad empresarial. La mayoría de las empresas fueron constituidas hace más de 15 años. Solamente el 17,2% de las empresas tienen de 6 a 15 años y ninguna de las empresas tiene una edad inferior a 5 años.

Gráfico 18. Antigüedad de la empresa.

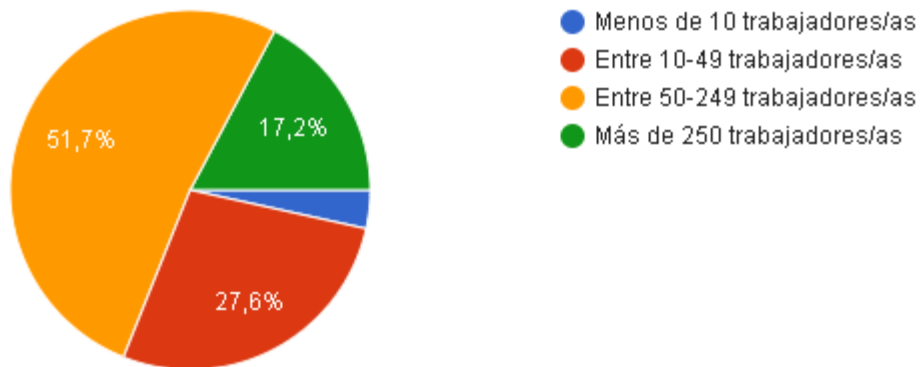


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



El número de trabajadores y trabajadoras de una empresa mide el tamaño de dicha empresa. Se pueden dividir en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas. Más de la mitad de las empresas son medianas empresas, concretamente el 51,17%. El segundo puesto lo ocupa empresas pequeñas con un 27,6%, le sigue grandes empresas con un 17,2% y las microempresas apenas tienen peso.

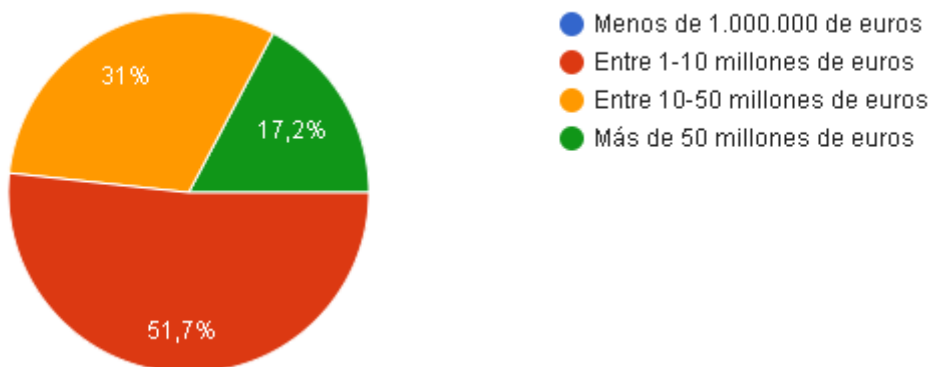
Gráfico 19. Número trabajadores/as.



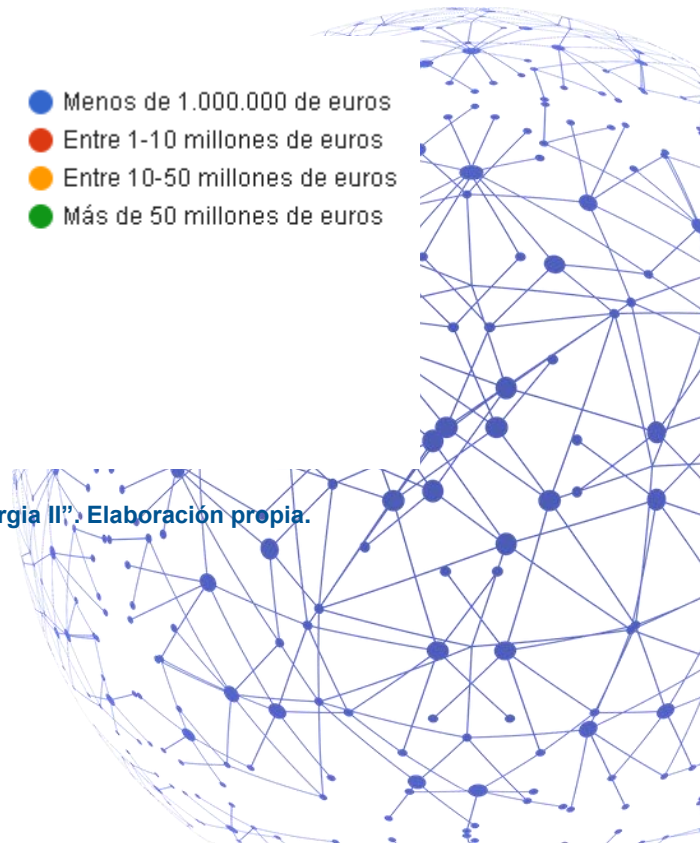
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

La facturación de una empresa es el dinero que ingresa dicha sociedad, pero sin tener en cuenta los gastos de la misma. Es otra forma, junto al número de trabajadores y trabajadoras, de medir el tamaño de una empresa. El 51,7% de las empresas factura entre 1 y 10 millones de Euros anuales.

Gráfico 20. Facturación

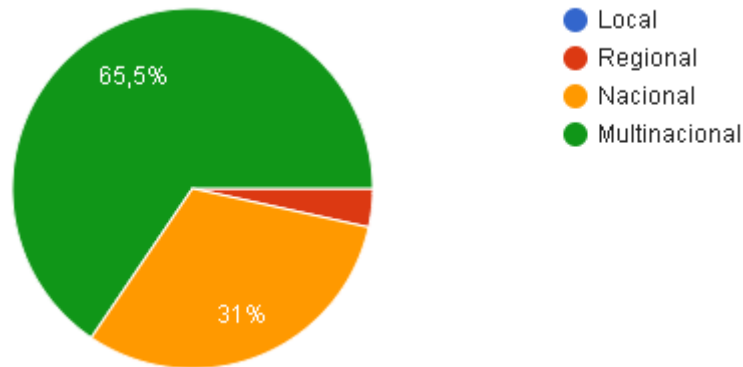


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



El mercado de una empresa está formado por todos los consumidores actuales y potenciales de un producto o servicio. El mercado se puede dividir en cuatro, como podemos observar en el gráfico. El 65,5% de las empresas opera en el mercado multinacional, mientras que el 31% lo hace a nivel nacional.

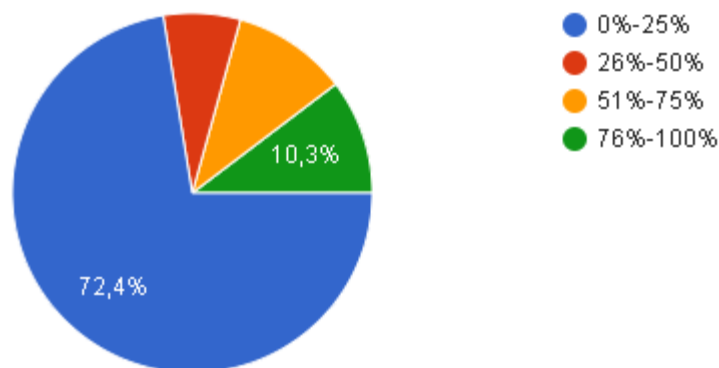
Gráfico 21. Mercado.



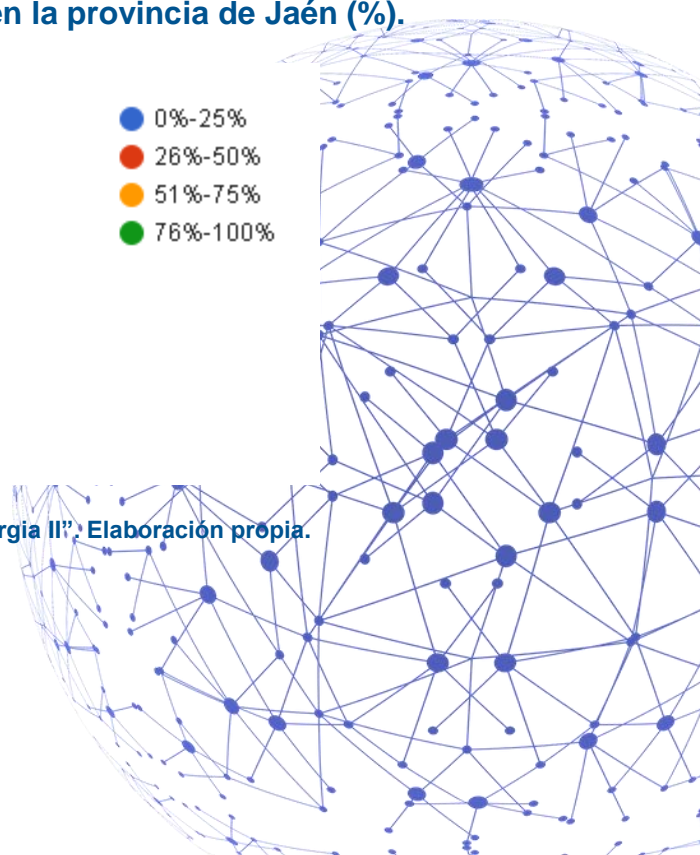
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

A continuación se muestra la cantidad de las ventas totales de las empresas que permanecen dentro de la provincia. La mayoría de estas, en concreto, un 72,4% de las empresas vende en la provincia un porcentaje inferior al 26%, por lo que sus productos o prestación de servicios son consumidos fuera de la provincia. Solamente hay un 10,3% de las empresas que la mayoría de sus ventas se quedan en la provincia.

Gráfico 22. Ventas que se quedan en la provincia de Jaén (%).



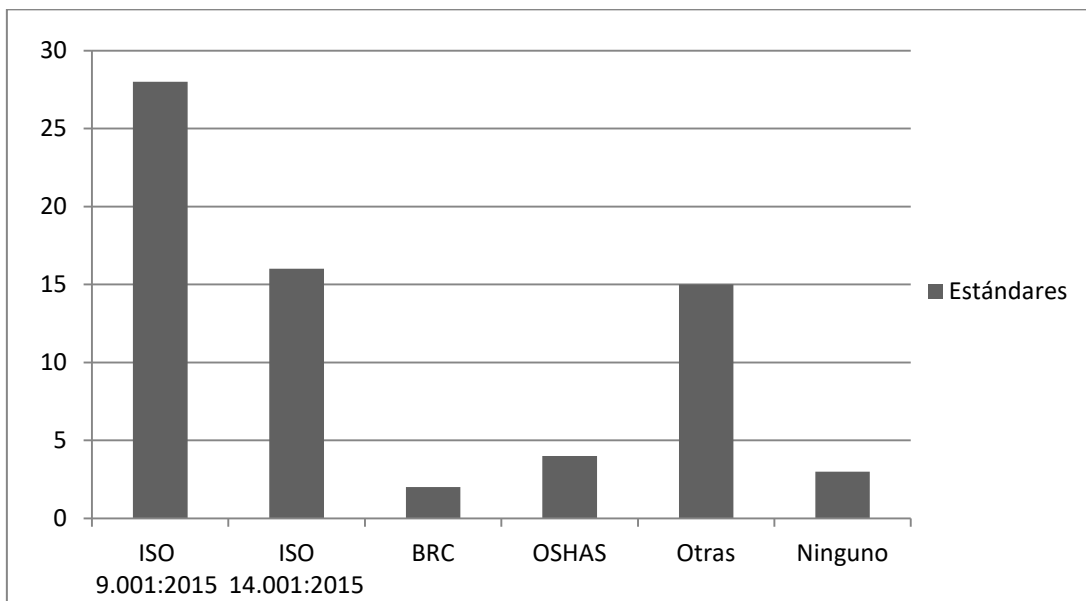
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



Los estándares o Sistemas de Gestión más implantados en la provincia son la norma internacional ISO 9.001:2015 y la norma internacional ISO 14.001:2015.

Gráfico 23. Estándares Implantados

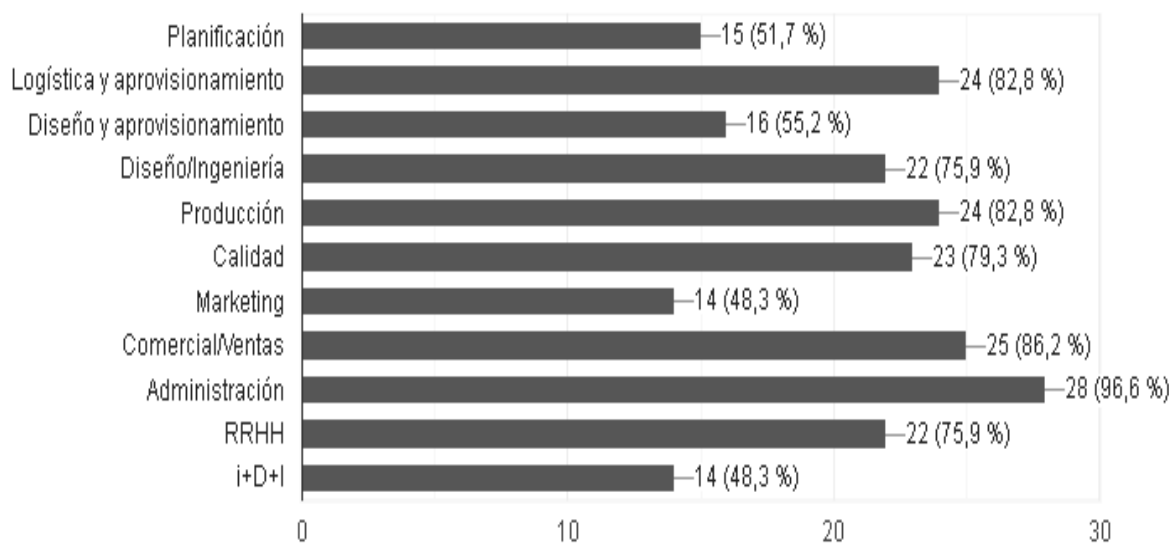
23



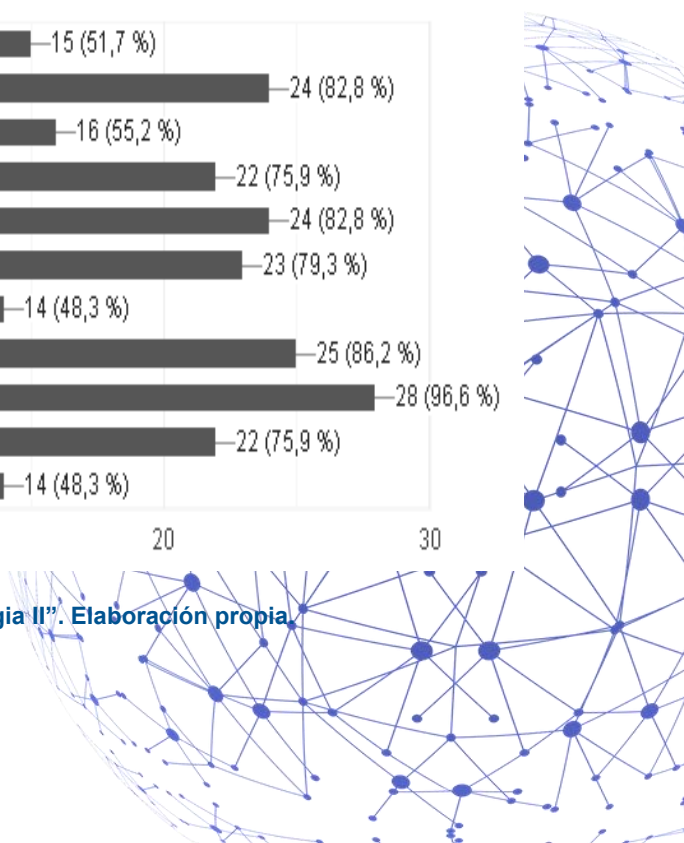
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Las áreas funcionales son las actividades más importantes de la empresa, ya que se desempeñan para alcanzar los objetivos de la misma. Las áreas más comunes entre las distintas empresas son producción, comercial/ ventas, recursos humanos y logística y aprovisionamiento.

Gráfico 23. Áreas funcionales.

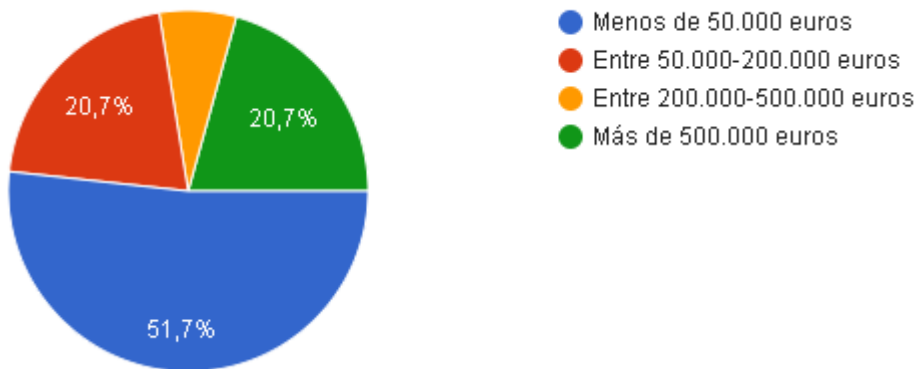


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



Debido al carácter tecnológico de las últimas décadas hemos preguntado a las empresas el porcentaje que destinan a I+D+i (investigación, desarrollo e innovación) es un concepto relacionado con el avance tecnológico e investigativo, centrado en el avance de la sociedad. Por ello, hemos preguntado a las empresas sobre cuál es la inversión que realizan anualmente. La mayoría de las empresas dedica menos de 50.000€, el dato sorprendente es que más del 20% de las empresas dediquen un volumen superior a 500.000€.

Gráfico 24. Inversión en I+D+i.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

2.3.2. Criterios de elección del proveedor

Un aspecto fundamental para llevar a cabo el proyecto “Jaén Sinergia II” es conocer aquellos criterios que las empresas consideran fundamentales al decantarse con un proveedor u otro.

Para saber los criterios de selección que tienen las empresas se ha preguntado a estas cuáles son las variables que tienen más relevancia para determinar sus proveedores y qué variables tienen en cuenta.

Experiencia del proveedor

La experiencia del proveedor es el conjunto de conocimientos que el mismo tiene en relación con el servicio que realiza, normalmente cuantificada en años. Todas las empresas le han asignado una importancia igual o superior a 5 puntos sobre 10, por tanto para las empresas que participan en el proyecto es muy importante este criterio.

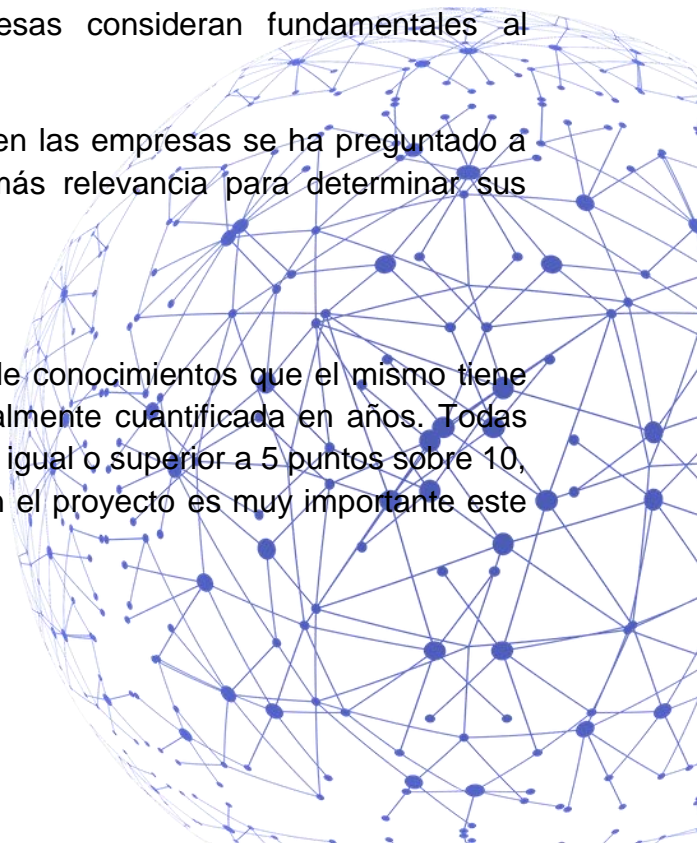
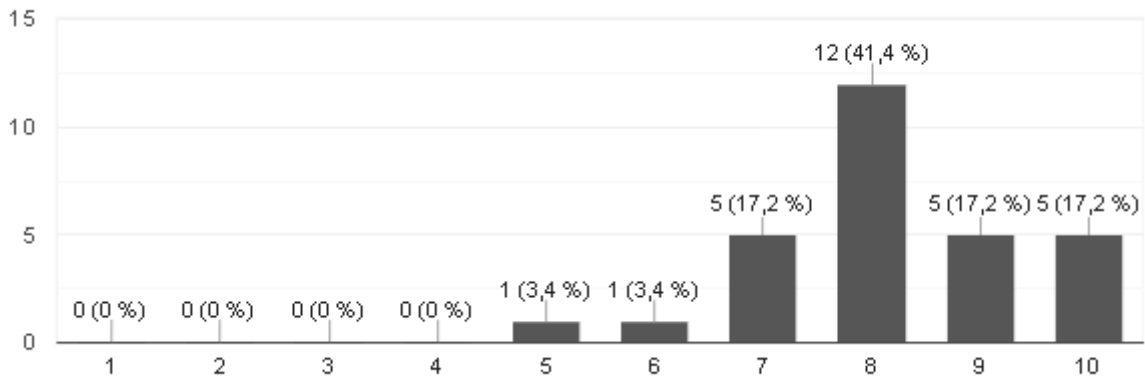


Gráfico 25. Experiencia del proveedor.

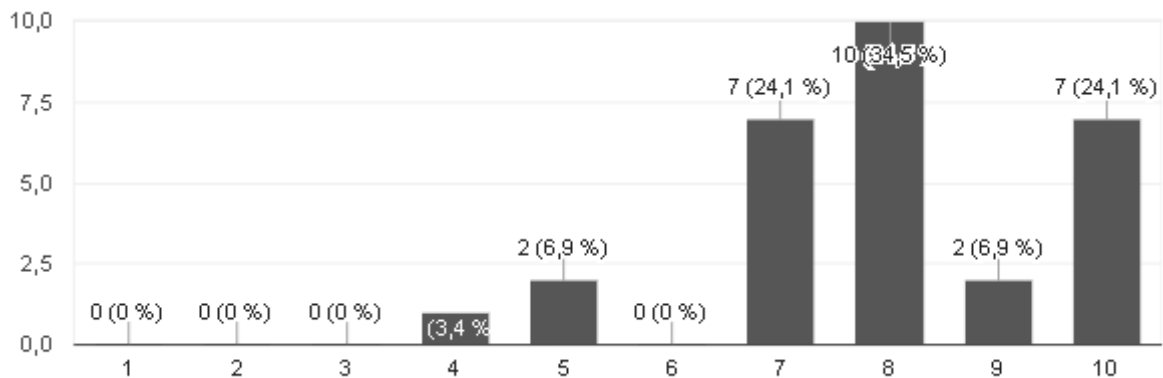


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

La reputación del proveedor

La reputación del proveedor es la opinión o credibilidad que se tiene sobre el mismo con respecto su actividad. La mayoría de las empresas asigna gran importancia a este criterio, solamente una empresa le asigna una nota inferior a 5.

Gráfico 26. Reputación.



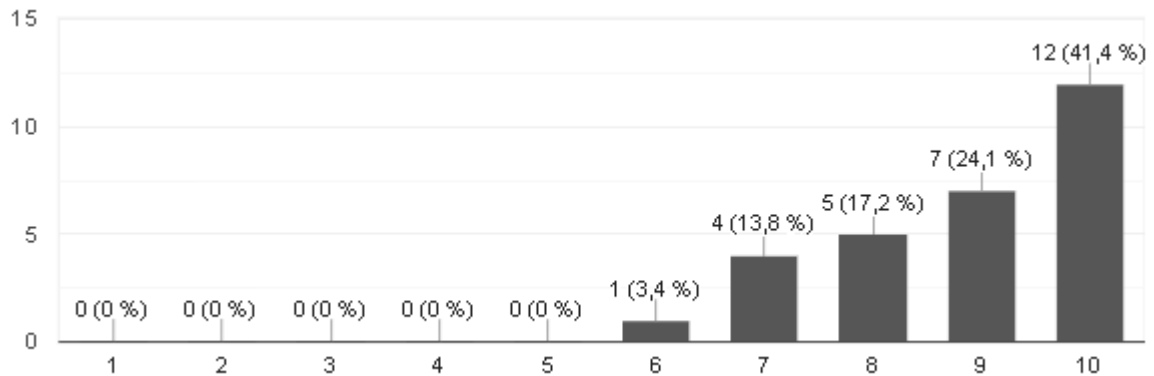
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Confianza en el proveedor

Esta variable está íntimamente ligada a la reputación. La confianza del proveedor es el convencimiento de que el mismo va a actuar de manera adecuada en el negocio. Normalmente las empresas asignan gran importancia a la confianza en el proveedor, todas con puntuación de 6 o por encima de 6.



Gráfico 27. Confianza.

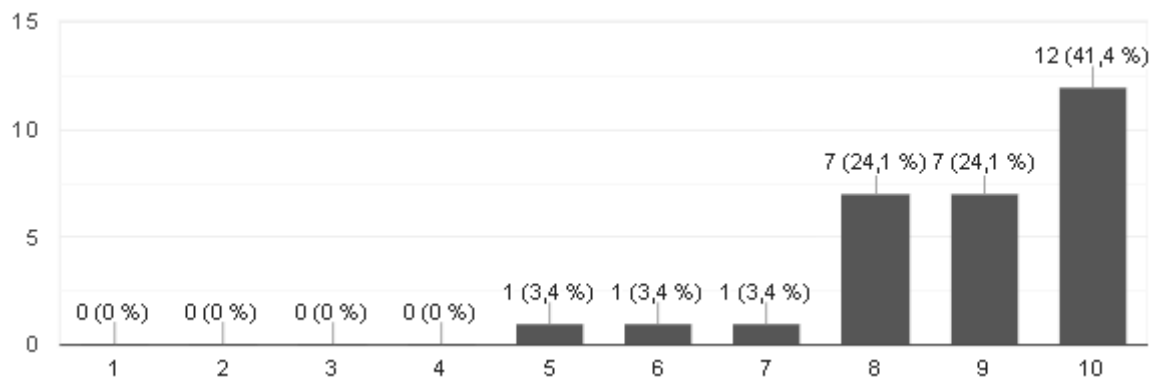


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

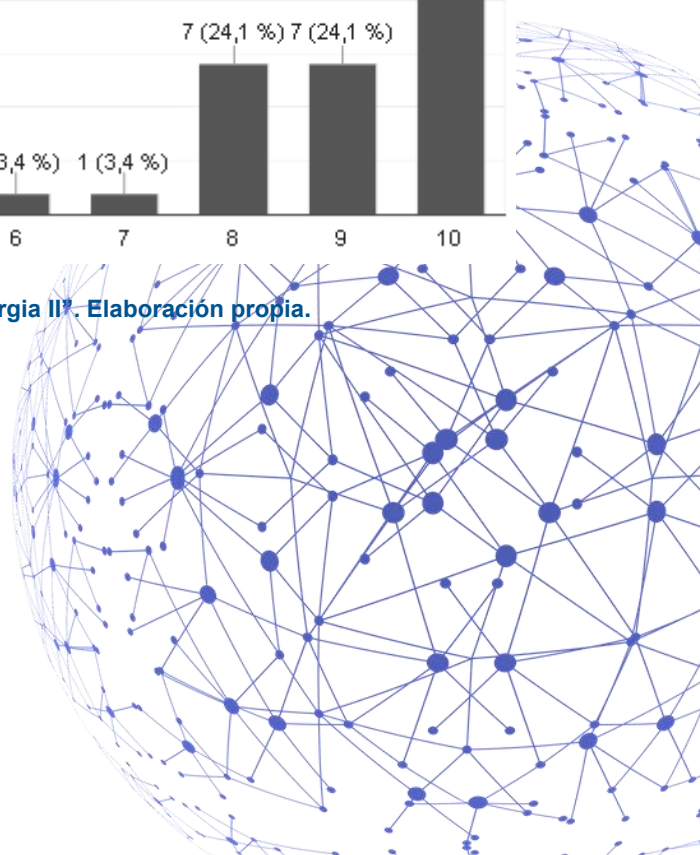
La agilidad en la distribución

La agilidad de distribución del proveedor es el tiempo que transcurre desde que reciben la orden hasta que realizan la entrega. Es un criterio que las empresas asignan con gran puntuación.

Gráfico 28. Agilidad de distribución.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

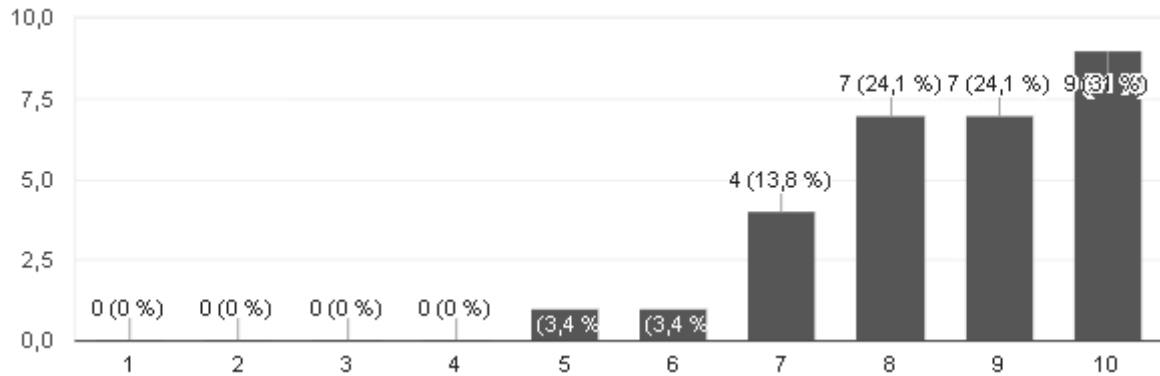


El precio

El precio del proveedor es la cantidad de dinero necesario para la obtención de sus servicios. Para todas las empresas que han participado en las empresas el precio es un criterio clave a la hora de seleccionar sus proveedores.

27

Gráfico 30. Precio

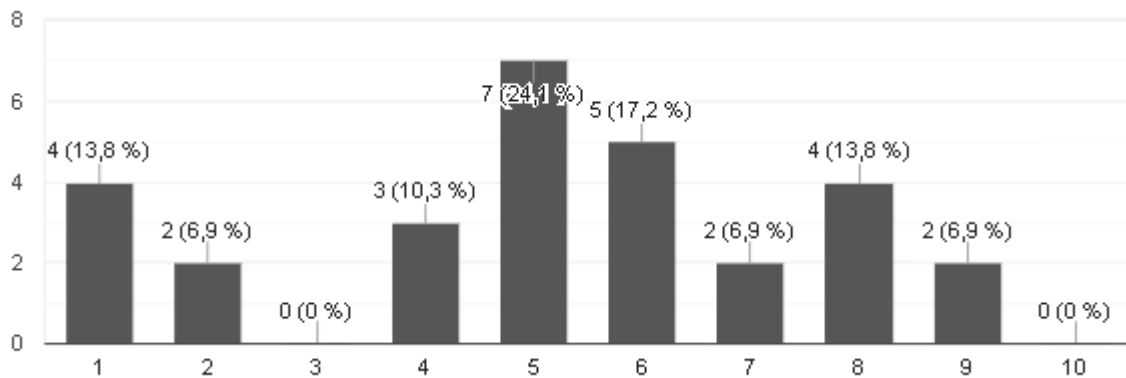


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

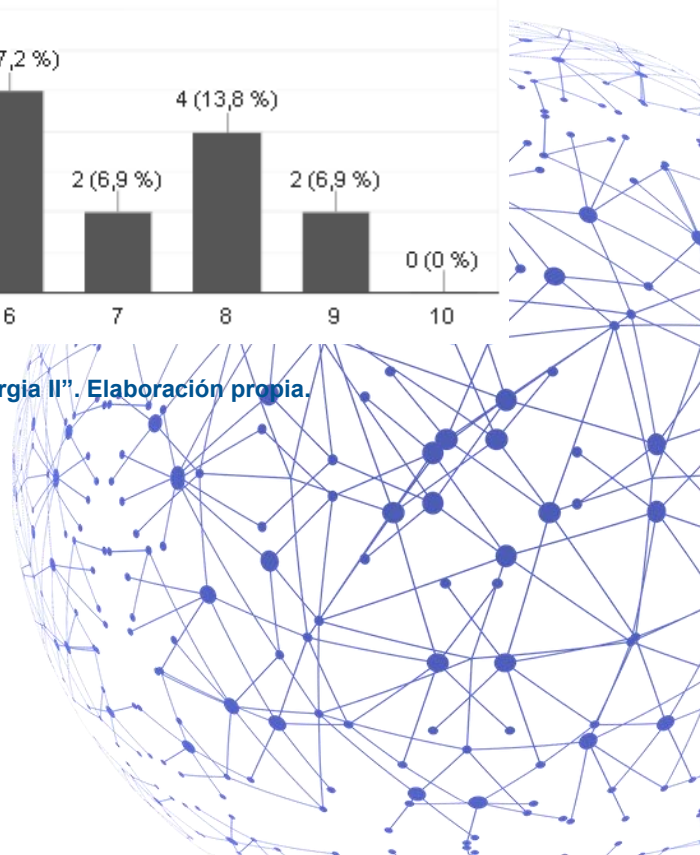
Localización

La localización es el lugar donde se encuentra ubicado el proveedor. A este criterio las empresas le han asignado menos importancia pudiendo estar motivado por la rapidez y flexibilidad que existe hoy en día en el transporte y logística.

Gráfico 31. Localización.



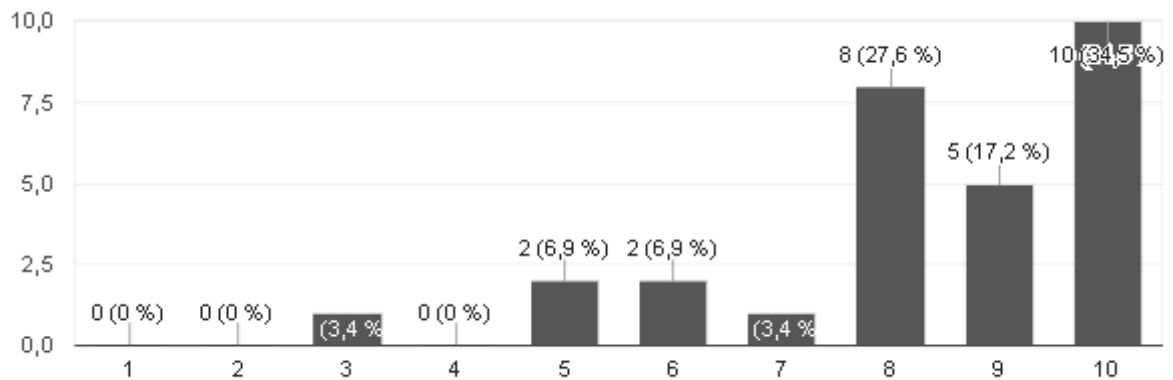
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



Servicio al cliente

El servicio al cliente del proveedor es el trabajo que este proporciona a sus clientes. Para la mayoría de las empresas es un factor que tienen en cuenta a la hora de seleccionar a sus proveedores.

Gráfico 32. Servicio al cliente.

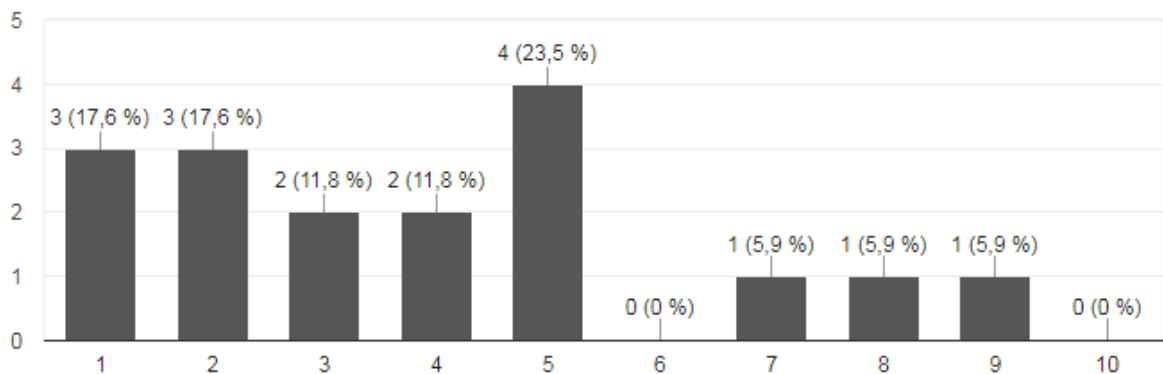


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

La inversión en publicidad

Este criterio hace referencia a la cantidad económica que destina el proveedor a publicitarse. Sin duda es el criterio menos influyente para las empresas participantes en el proyecto.

Gráfico 33. Inversión en publicidad.

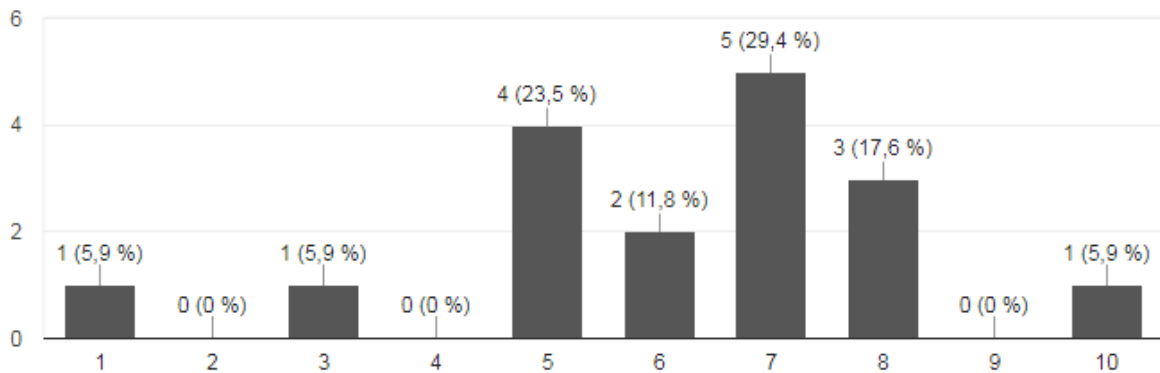


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Situación económica

La situación económica del proveedor hace referencia a la al conjunto de bienes patrimoniales que posee este. Normalmente suelen darle una importancia media, sólo es clave para una empresa, pero, para otra empresa no tiene relevancia alguna.

Gráfico 34. Situación económica del proveedor.

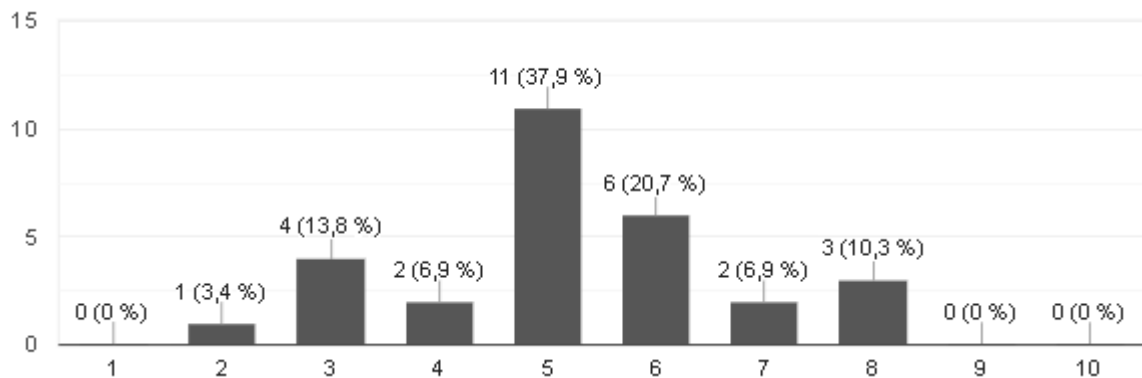


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

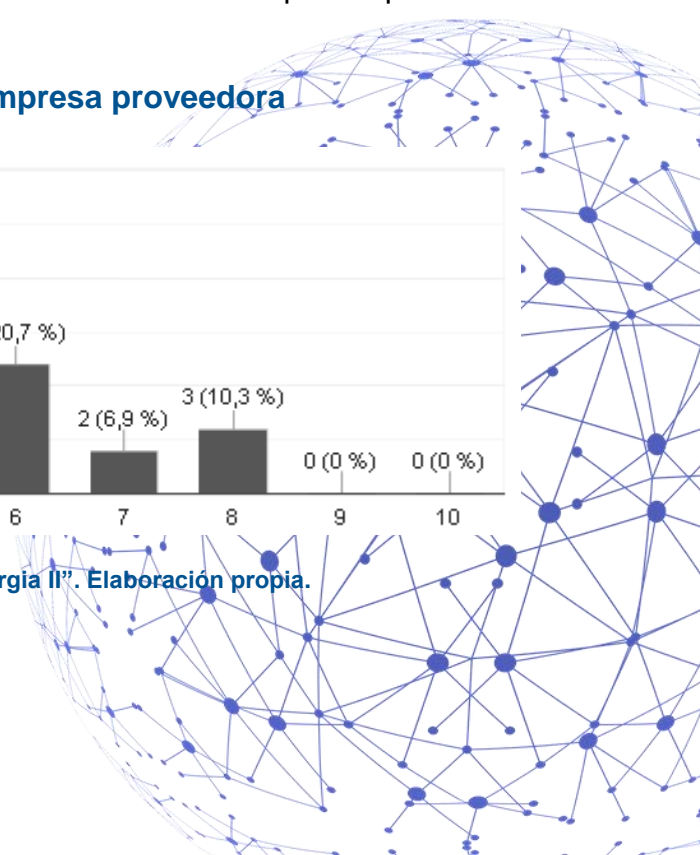
Tamaño de la empresa proveedora

Cuando nos referimos a tamaño de la empresa proveedora hablamos de dimensión o capacidad de esta. Ninguna empresa le ha dedicado mucha importancia o ninguna, por lo que no es un factor clave a la hora de decantarse por un proveedor u otro.

Gráfico 35. Tamaño de la empresa proveedora



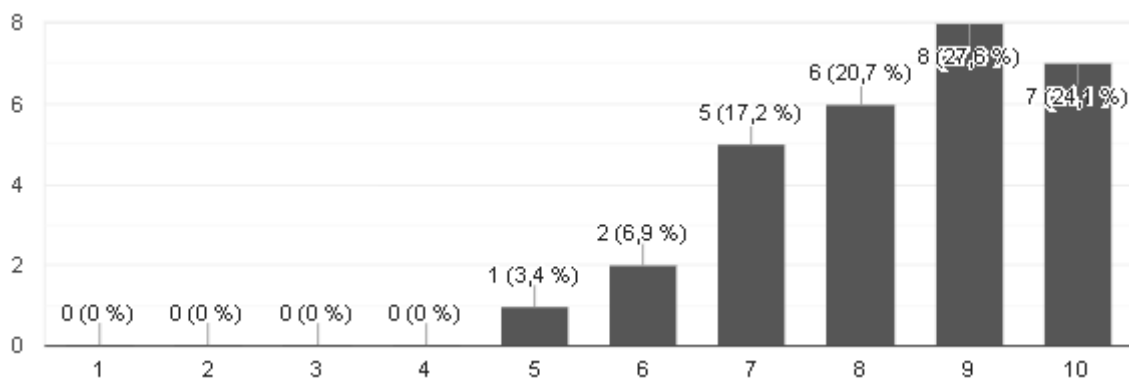
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



Servicio post-venta

El servicio post-venta del proveedor se entiende como la cantidad y calidad de las prestaciones y servicios que se ofrece al cliente después de haber efectuado la compra. Todas las empresas le han asignado una importancia igual o superior a 5, por lo que es uno de los criterios que más tienen en cuenta las empresas a la hora de elegir a sus proveedores.

Gráfico 36. Servicio post-venta.

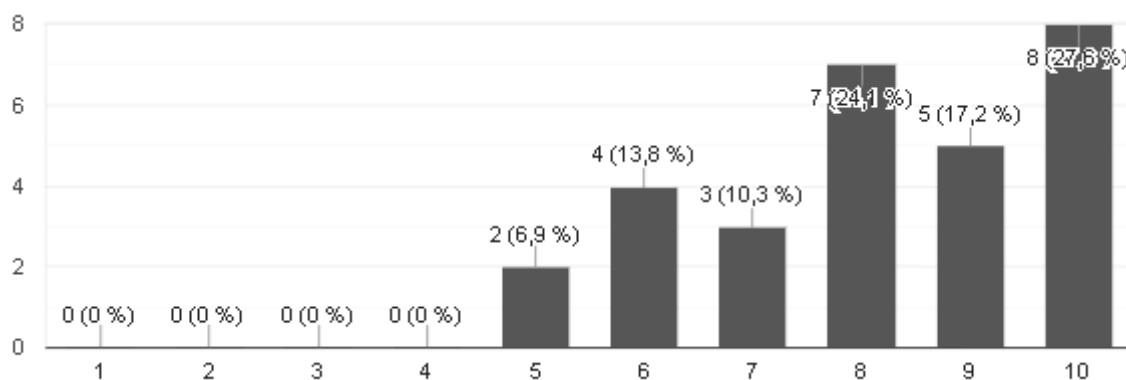


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Facilidades de pago

La facilidad de pago es la adaptación o flexibilidad que ofrece el proveedor a la empresa para abonar el importe del producto o servicio prestado. Para todas las empresas es un factor muy influyente.

Gráfico 37. Facilidades de pago.



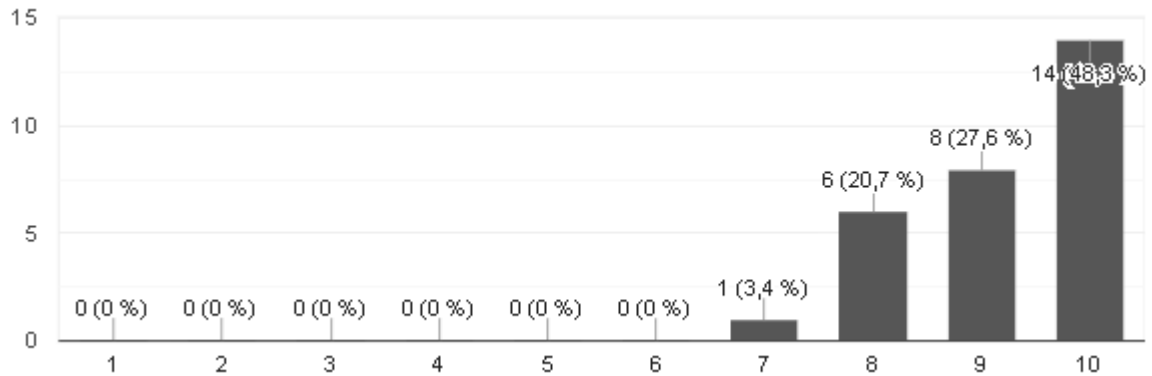
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Calidad

La calidad del proveedor se refiere a la percepción que tienen sus clientes sobre las propiedades y características de su producto, servicio, empresa o personal. Para todas las empresas es un criterio muy influyente.

31

Gráfico 38. Calidad

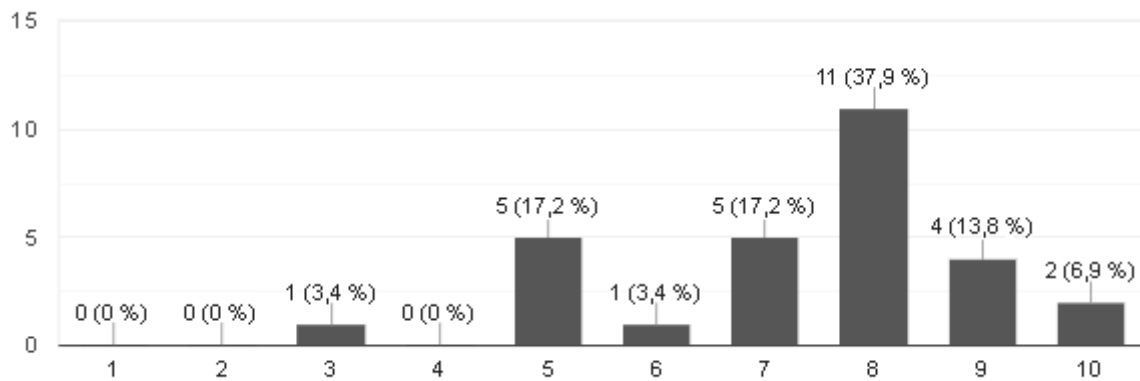


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Compromiso con el medioambiente

El compromiso con el medioambiente del proveedor son los aspectos ambientales y ecológicos que tiene en cuenta la empresa a la hora de desarrollar su actividad empresarial. Es un factor importante para valorar a los proveedores pero no es determinante para la mayoría de empresas.

Gráfico 39. Compromiso con el medio ambiente.

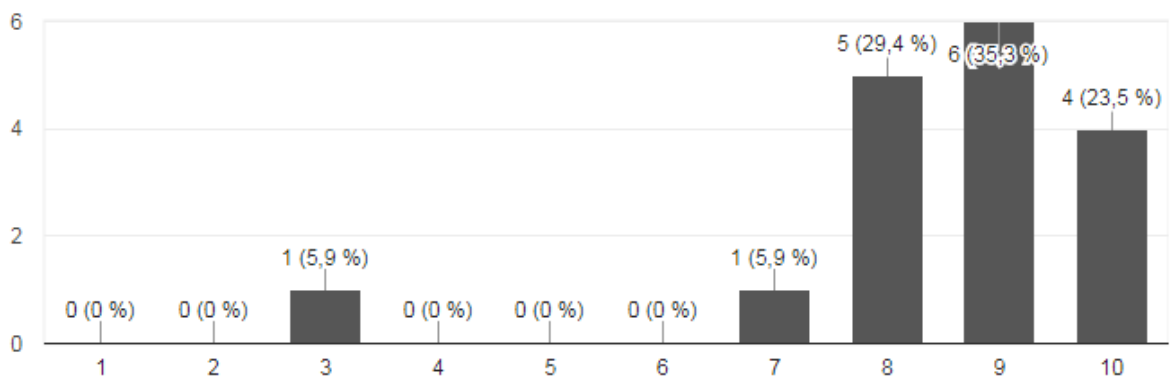


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Capacidad de respuesta frente a imprevistos

La capacidad de respuestas frente a imprevistos mide las soluciones que es capaz de proponer una empresa cuando surge algún problema o incidencia. A excepción de una empresa, este criterio es muy importante a la hora de escoger a los proveedores.

Gráfico 40. Capacidad de respuesta frente a imprevistos.

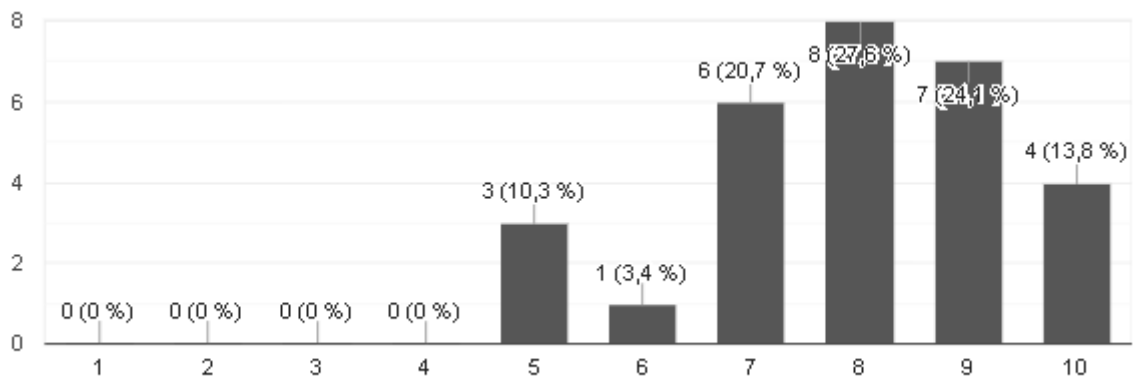


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Tecnología

La tecnología del proveedor es el conjunto de instrumentos y recursos técnicos empleados para la realización de su producto o servicio. Para todas las empresas es un criterio importante y para alguna determinante.

Gráfico 41. Tecnología

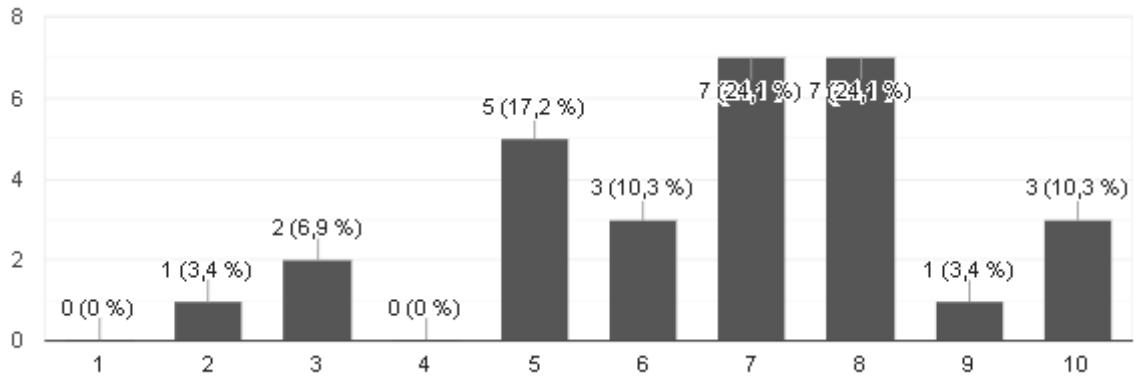


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Responsabilidad Social Corporativa

La responsabilidad social corporativa del proveedor es la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte del mismo. Este criterio tiene mucha importancia para algunas empresas y para otras empresas tiene poca relevancia.

Gráfico 42. Responsabilidad Social Corporativa.

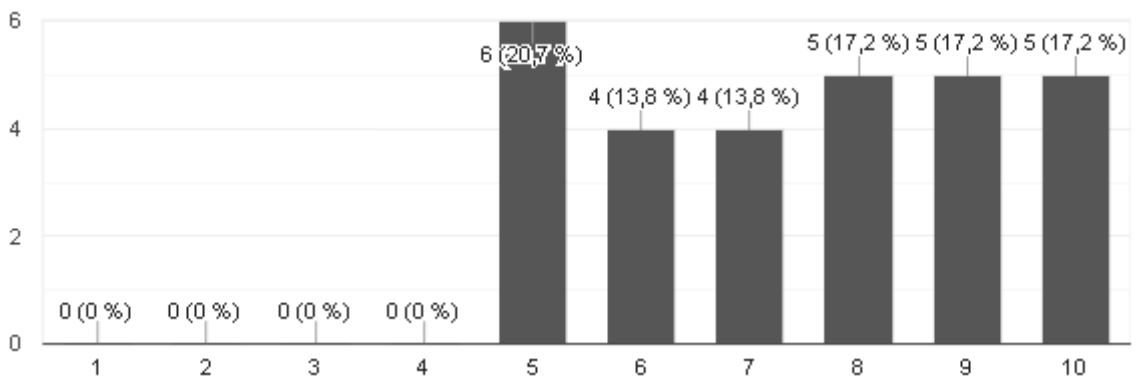


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Certificaciones

Las certificaciones del proveedor son estándares que garantizan que los productos, procesos o la propia empresa cumplen con unas normas internacionales. Para todas las empresas participantes en el proyecto las certificaciones tienen una puntuación de 5 o superior, por lo que es muy influyente tener certificaciones a la hora de elegir proveedor.

Gráfico 43. Certificaciones



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

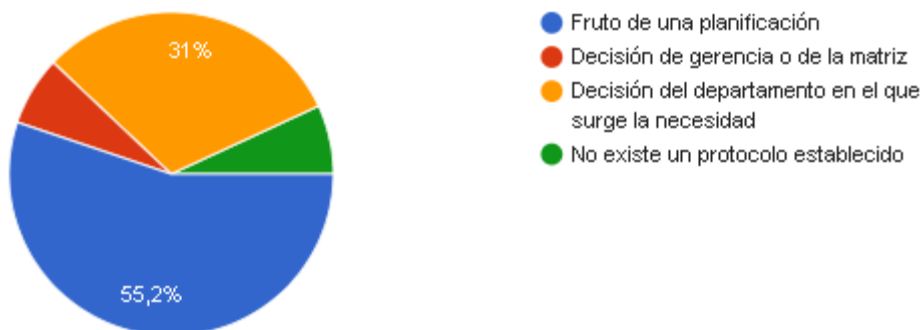
Además de estudiar los criterios de elección de proveedor se ha trabajado conjuntamente con las empresas definidas como tractoras en este proyecto para identificar y conocer el proceso de compra de bienes o de contratación de servicios.

Se ha identificado cómo se inicia el procedimiento para la contratación de un nuevo proveedor a través del estudio del proceso desde que surge la necesidad en el seno de la empresa hasta que se toma la propia decisión.

La mayoría de las empresas encuestadas tienen un protocolo establecido. El 55,2% de las empresas realizan las compras y logística de la misma a través de la planificación de los productos o servicios que le van a ser necesarios. Esta es la situación ideal ya que, sin urgencias, se pueden atender a los criterios de elección de proveedor y de calidad que las compañías tienen implementados.

Aproximadamente en un tercio de ellas (31%) dicha contratación se lleva a cabo a través del departamento en el que surge la propia necesidad, en el resto de empresas el procedimiento es decisión de gerencia o de la matriz o no existe protocolo establecido.

Gráfico 44. Procedimiento para comprar productos o contratar servicios.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

En el siguiente gráfico podemos observar el perfil académico de las personas encargadas del departamento de compras dentro de cada empresa encuestada. Cerca de la mitad de las personas encargadas de las compras de las empresa son titulados en administración y finanzas, el 31% son titulados en ingeniería y las demás personas encargadas han realizado otra formación.

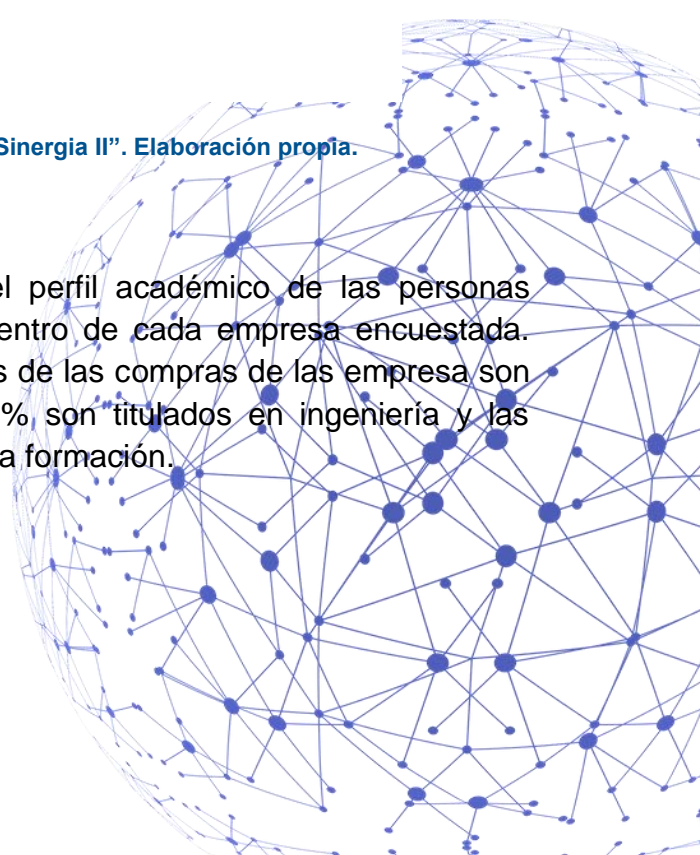
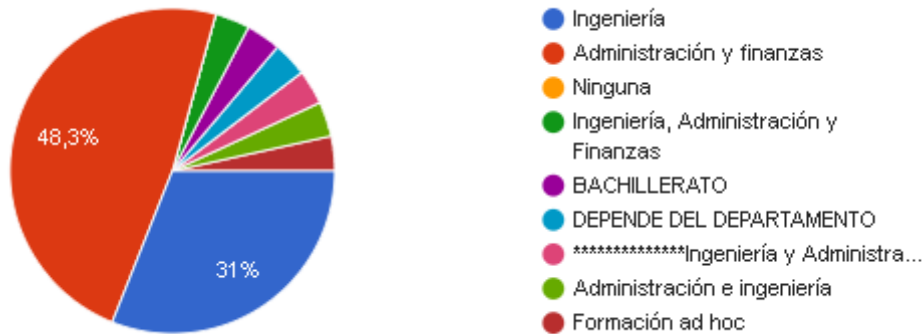


Gráfico 45. Formación profesional o técnica de las personas encargadas de las compras en la empresa.

35



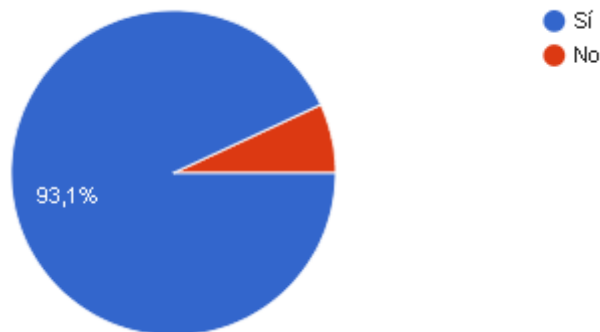
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

2.3.3. Principales demandas actuales

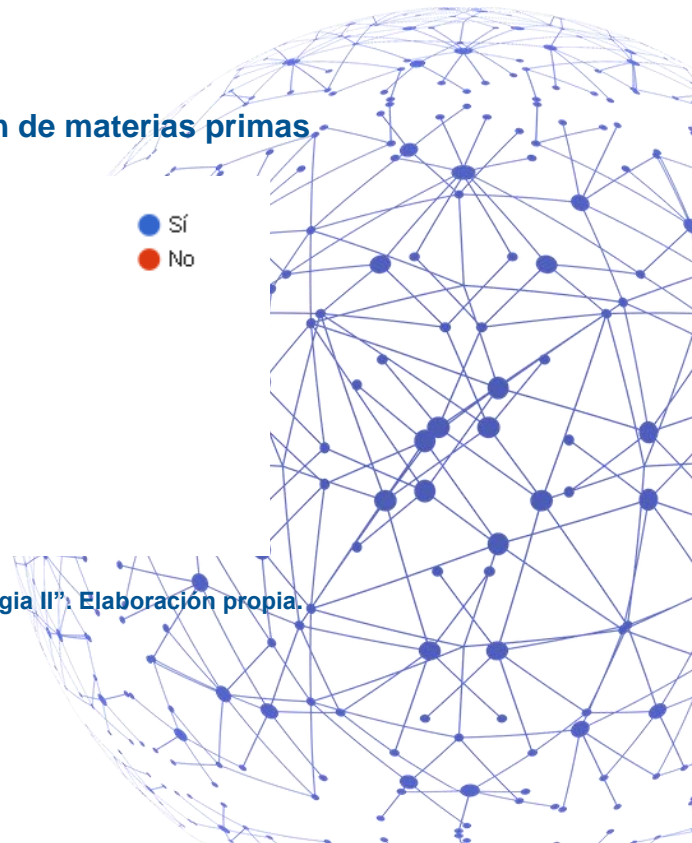
Para desarrollar el presente apartado se han dividido las distintas actividades que se llevan a cabo en una organización empresarial y se han estudiado minuciosamente las demandas actuales de bienes y servicios externos que tienen las empresas tractoras de la provincia de Jaén en cada una de estas actividades. Este análisis nos ha permitido identificar aquellos sectores en los que las empresas están confiando para la contratación de bienes o servicios.

En este gráfico podemos el número de empresas que contratan materia prima. El 93,1% de las empresas adquiere materia prima para convertirla en productos transformados o terminados. Solo el 6,9% de las empresas no demanda materias primas por lo que, o bien son empresas de servicios o bien producen su propia materia prima.

Gráfico 46. Contratación de materias primas

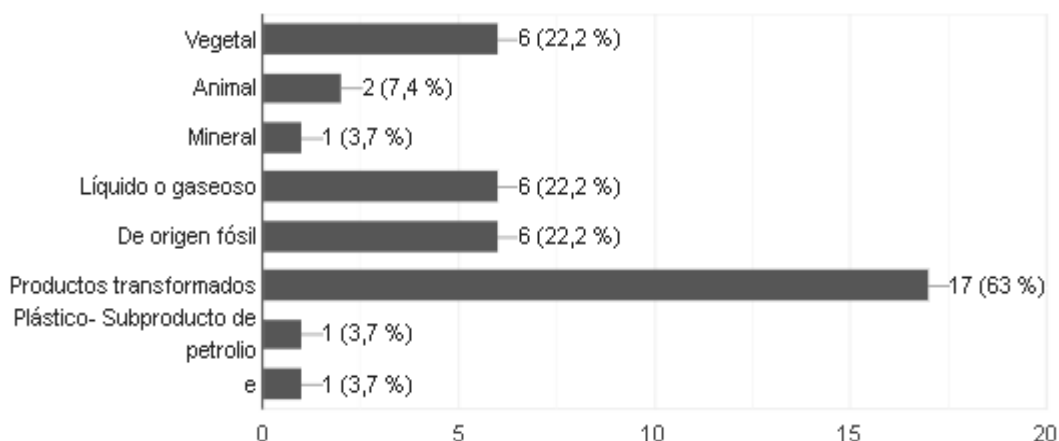


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



La diversidad entre las empresas tractoras de la provincia de Jaén propicia que las demandas de materia prima sean muy heterogéneas. A continuación podemos ver una clasificación aproximada de las mismas que nos permite hacernos una idea del origen de las materias primas contratadas. Podemos observar la clasificación del tipo de materia prima que demandan las empresas. Los productos transformados son los que mayor demanda tienen entre las empresas, y las materias primas con origen vegetal, líquido o gaseoso y de origen fósil tienen una demanda similar.

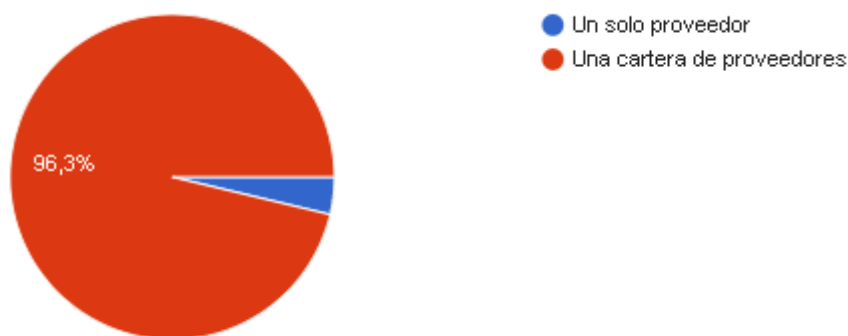
Gráfico 47. Tipo de materia prima.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Para contratar materia prima las empresas optan por una cartera de proveedores.

Gráfico 48. Número de proveedores de materia prima

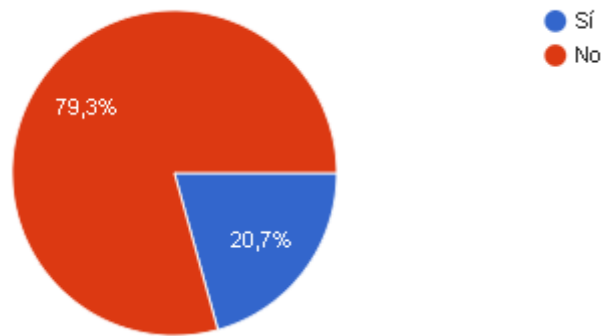


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



En el gráfico que se muestra a continuación se puede apreciar el número de empresas que subcontratan **actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas**. El 79,3% de las empresas contrata actividades relacionadas con la logística interna. En cambio el 20,7% cuenta con logística interna propia, por lo que ellos son los encargados de la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas.

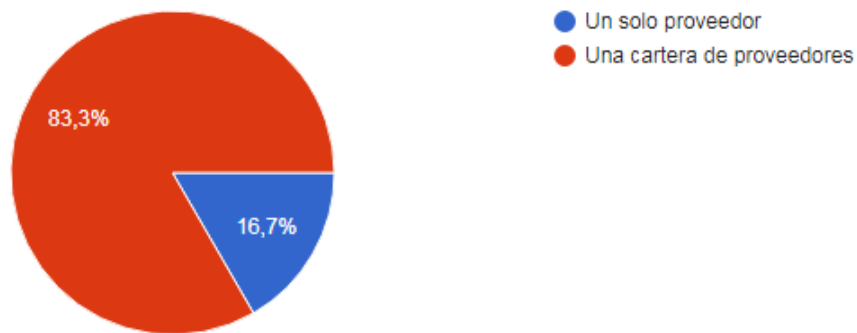
Gráfico 49. Actividades logística interna



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Para la contratación de las actividades de logística interna, las empresas no suelen contar con un único proveedor sino que tienen una cartera de proveedores con los que contar.

Gráfico 50. Número de proveedores de actividades de logística interna

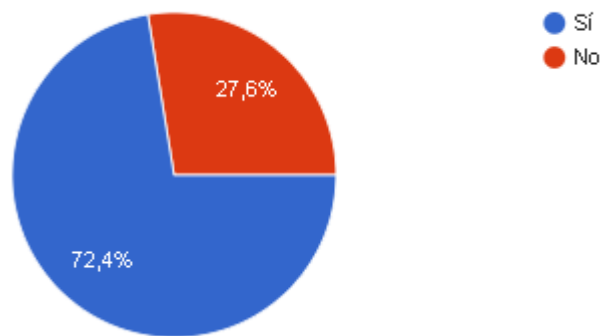


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



En el gráfico que se muestra a continuación podemos apreciar el número de empresas que contratan **actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados** (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.). Más del 70% de las empresas contrata actividades relacionadas con la transformación de materias primas.

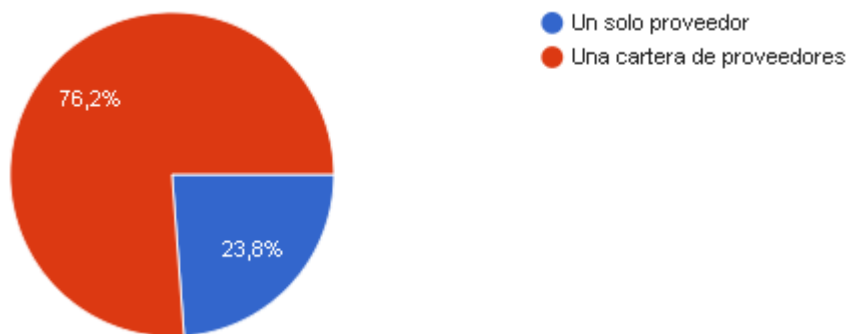
Gráfico 51. Actividades de producción



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

El 76,2% de las empresas cuentan con más de una empresa proveedora en actividades de producción.

Gráfico 52. Número de proveedores de actividades relacionadas con producción

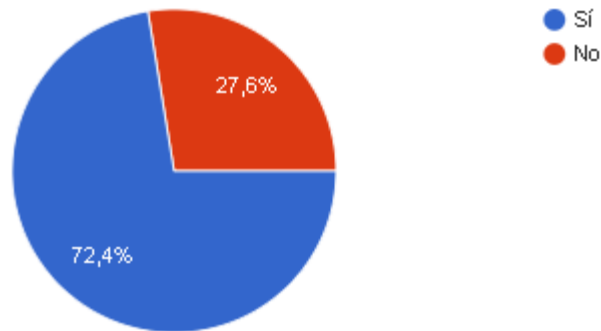


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



En este gráfico se observa información relativa a las **actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto** a los compradores que contratan las empresas tractoras de la provincia. El 72,4 % de las empresas tractoras contratan actividades para la logística externa.

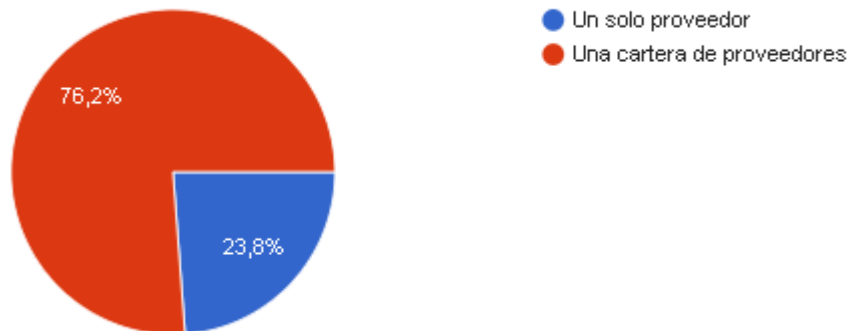
Gráfico 53. Actividades de logística externa.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

La mayoría de ellas cuenta con más de un proveedor para la obtención de logística externa.

Gráfico 54. Número de proveedores de actividades de logística externa.

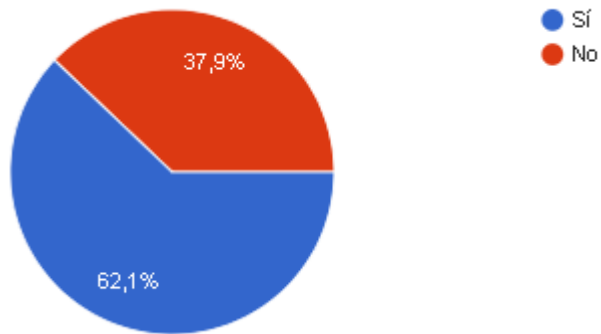


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

A continuación podemos apreciar el número de empresas que contratan **actividades de ventas y marketing**. El 62,1% de las empresas tractoras demandan actividades a empresas especializadas en ventas y marketing. Por otro lado, el 37,9% no demanda estas actividades.



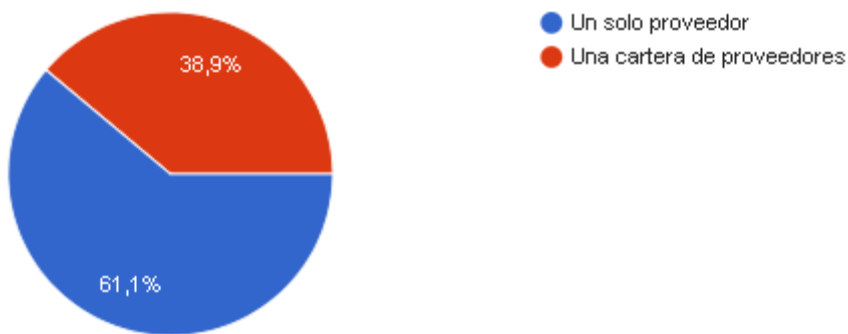
Gráfico 55. Actividades de ventas y marketing



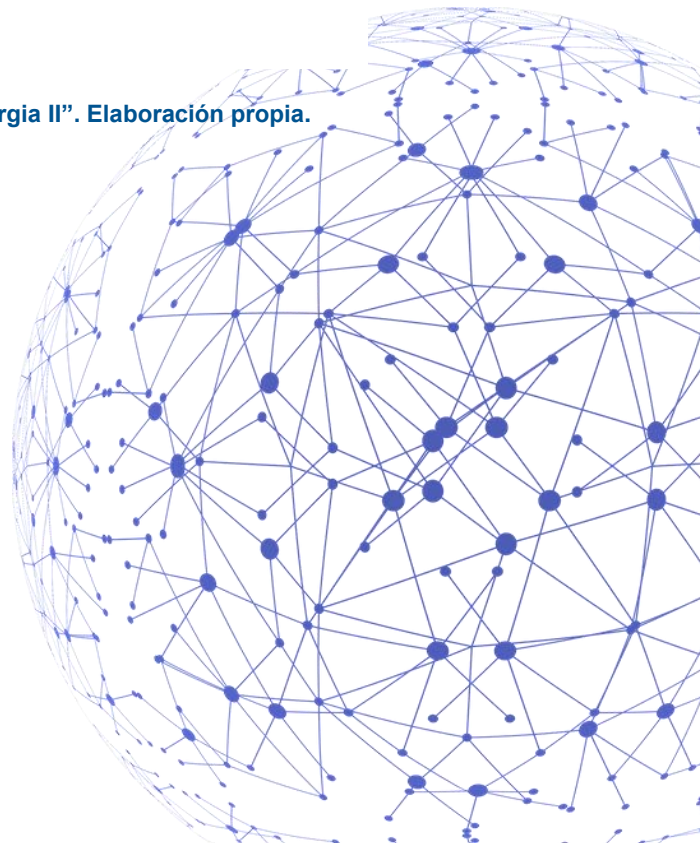
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

En este gráfico podemos observar la cantidad de proveedores que tienen las empresas en relación con las actividades de ventas y marketing. Más de la mitad de las empresas cuenta con más de una empresa proveedora de marketing y ventas.

Gráfico 56. Número de proveedores de actividades de ventas y marketing



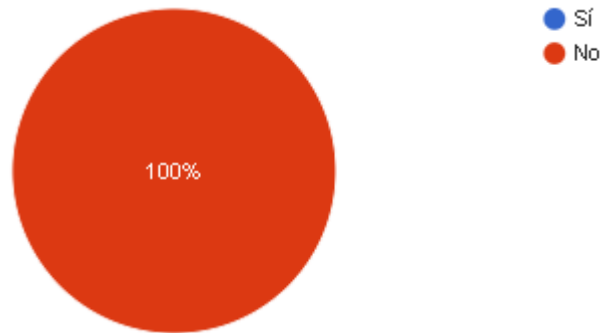
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



En este gráfico podemos apreciar el número de empresas que cuentan con otras empresas para que lleven a cabo **actividades de servicio post-venta y atención al cliente**. En este aspecto, ninguna empresa contrata a proveedores para la prestación de servicios relacionados con el servicio post-venta.

41

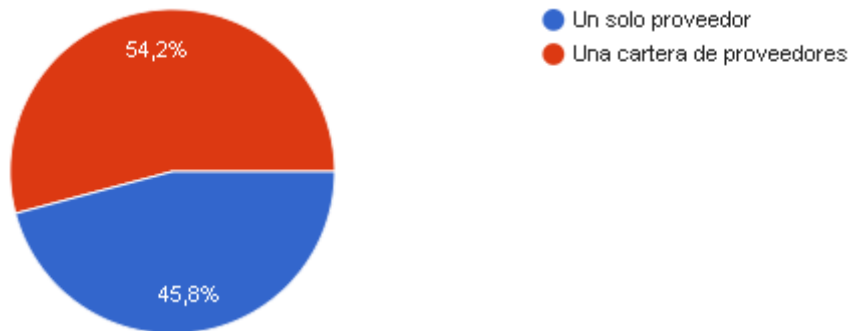
Gráfico 57. Actividades de servicio post-venta y atención al cliente.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Seguidamente, podemos ver la proporción de empresas que contratan **actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc.**

Gráfico 58. Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Con relación a las actividades que hemos visto anteriormente, más de la mitad de las empresas cuentan con una cartera de proveedores, en cambio el 45,8% cuenta con un solo proveedor.

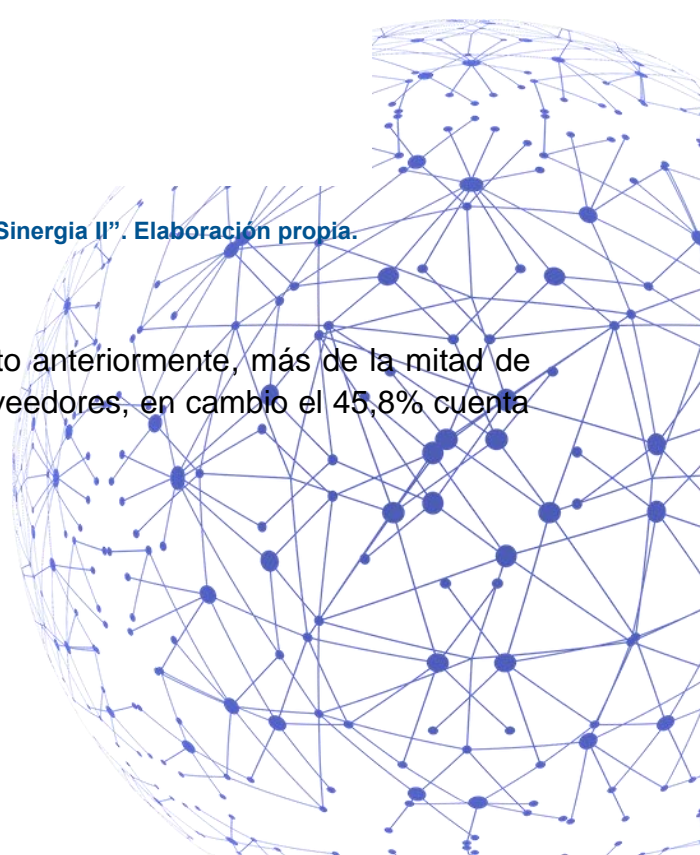
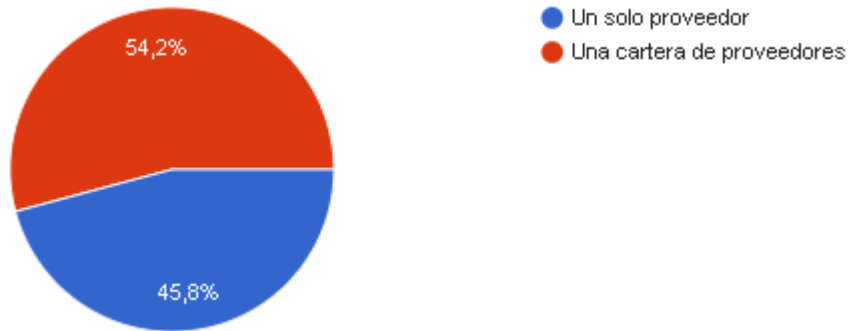


Gráfico 59. Número de proveedores de actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc.

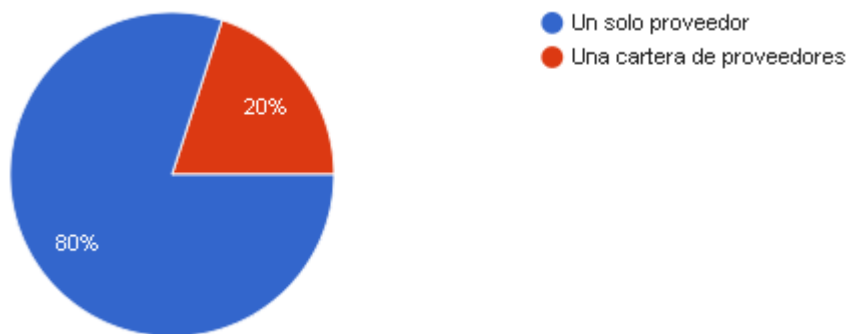
42



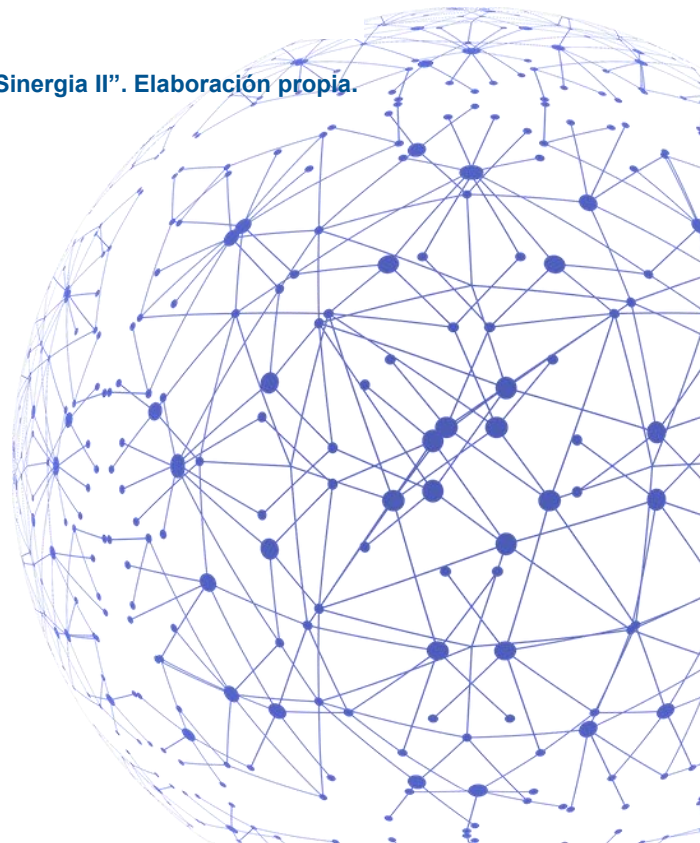
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

En este gráfico se pueden observar las empresas que contratan actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios. El 65,5% de las empresas tractoras contratan actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios.

Gráfico 60. Actividades de desarrollo tecnológico.



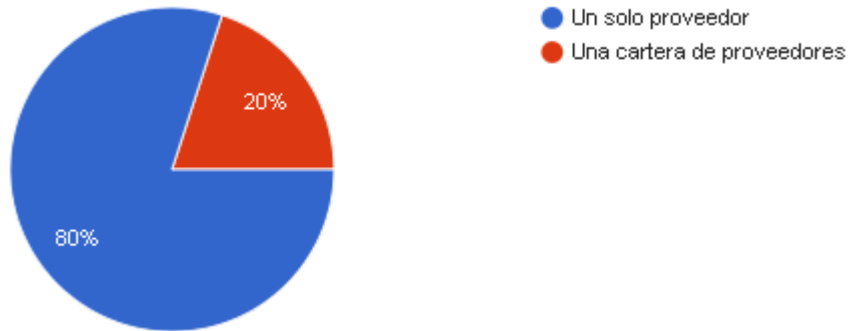
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



La mayoría de las empresas que contratan actividades de desarrollo tecnológico cuentan con un solo proveedor. Sólo el 20% cuenta con una cartera de proveedores.

43

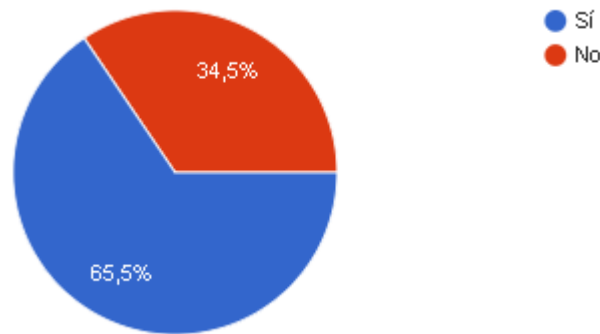
Gráfico 61. Número de proveedores de actividades de desarrollo tecnológico.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.

Por último a podemos apreciar la cantidad de empresas que **contratan actividades relacionadas con los recursos humanos**. El 65,5% de las empresas tractoras demandan actividades relacionadas con los recursos humanos.

Gráfico 62. Actividades de recursos humanos.



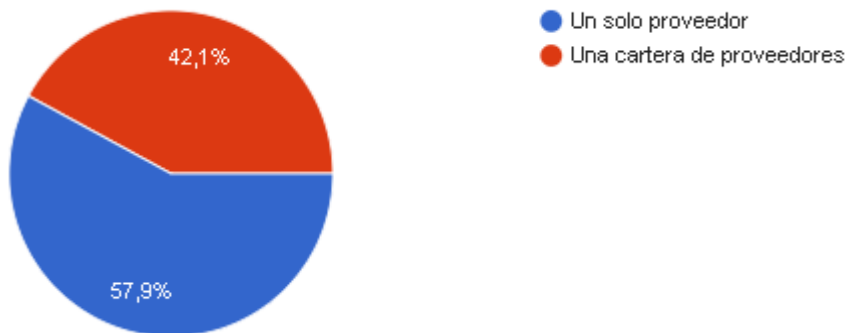
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



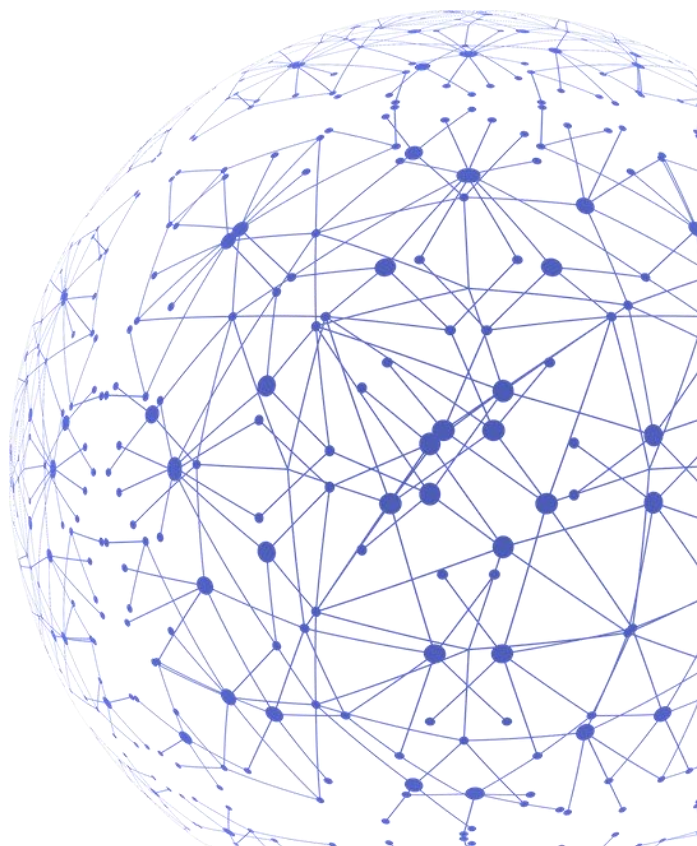
En este gráfico podemos ver la cantidad de proveedores que tienen las empresas en relación a las actividades de recursos humanos. Más de la mitad de las empresas cuentan con un solo proveedor.

44

Gráfico 63. Número de proveedores de actividades recursos humanos.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia.



3. ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO DE LAS EMPRESAS TRACTORAS PARTICIPANTES EN EL PROYECTO

3.1. Metodología para la obtención de datos

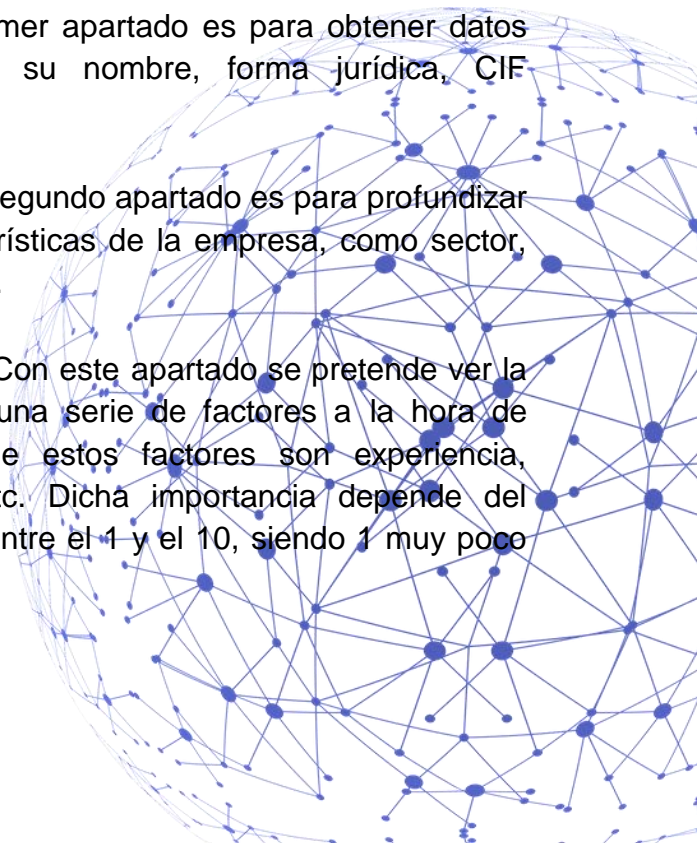
45

Las metodologías utilizadas para la obtención de datos de las diferentes empresas tractoras participantes son 3, la encuesta como herramienta principal y la entrevista abierta y la observación (estudio) como métodos para favorecer la complementación entre ellos y asegurar una investigación completa que nos permita obtener una imagen fiel y real de los individuos de la muestra.

La **encuesta** es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. Dicha encuesta está compuesta por un conjunto de preguntas dirigidas a las empresas tractoras, con la finalidad de obtener los datos necesarios. Los datos obtenidos a través de dichas encuestas son de fuentes primarias, es decir, los datos provienen directamente de las empresas encuestadas, ya que no se han podido utilizar datos de fuentes secundarias (Internet, enciclopedias o bibliografías). Esto se debe a la naturaleza interna y confidencial de la información requerida, los cuales solo se pueden obtener con exactitud de mano de la propia empresa.

La encuesta está formada por varios apartados. Algunos son de índole más general, como la información y las características de la empresa, y otros más específicos, como los criterios de elección de proveedor, las necesidades presentes y las posibles necesidades futuras de la empresa y las dificultades a la hora de contratar a proveedores locales, relacionados con la finalidad del proyecto. Ahora vamos a profundizar en cada uno de ellos.

- **Información de la empresa:** Este primer apartado es para obtener datos generales sobre la empresa, como su nombre, forma jurídica, CIF codificado, etc.
- **Características de la empresa:** Este segundo apartado es para profundizar un poco más en las diferentes características de la empresa, como sector, antigüedad, número de asalariados, etc.
- **Criterios de elección de proveedor:** Con este apartado se pretende ver la importancia que la empresa le da a una serie de factores a la hora de escoger a un proveedor. Algunos de estos factores son experiencia, reputación, confianza, localización, etc. Dicha importancia depende del número seleccionado en la encuesta, entre el 1 y el 10, siendo 1 muy poco influyente y 10 muy influyente.



- **Necesidades presentes:** En este apartado se pretende obtener información sobre los diferentes bienes o servicios que contrata la empresa, la cartera de proveedores con la que cuenta para cada uno de ellos y, si de esa cartera, alguno es local.
- **Posibles necesidades futuras:** Se busca conseguir la misma información que en el apartado anterior, pero sobre las posibles necesidades futuras de la empresa.
- **Dificultades a la hora de contratar a proveedores locales:** En este último apartado se pretende ver las dificultades que la empresa puede encontrarse a la hora de contratar un proveedor local. Se le pregunta a la empresa que indique si tiene o no dificultad en diferentes factores.

El propósito de la encuesta es, aparte de la obtención de los datos de la empresa, la identificación, comparación y homogeneización de las necesidades de las empresas tractoras en relación con los proveedores (empresas auxiliares), para una vez tenerlas identificadas, encontrar dentro de la red de proveedores locales de la provincia a los mejores candidatos para satisfacerlas, incorporarlos a las cadenas de valor de dichas empresas tractoras e incrementar su participación en el valor añadido generado por estas empresas, consiguiendo así explotar las potencialidades derivadas de estas grandes empresas instaladas en Jaén.

Por otro lado, la **entrevista abierta**, es una técnica de investigación que consiste en un intercambio comunicacional con una o varias personas de las diferentes empresas, en la que se le concede espacio para que expresen sus puntos de vista, con la intención de obtener información sobre determinadas situaciones referidas al tema de investigación. Esta técnica se ha utilizado después de la realización de la encuesta a cada empresa y ha consistido en preguntas abiertas sobre sugerencias o necesidades específicas de cada empresa.

Y, por último, la **observación** en la propia empresa catalogada como tractora, como instrumento de análisis para detectar conductas relacionadas con la contratación de proveedores que hayan podido ser obviadas tanto en la encuesta como en la entrevista abierta.



3.2. Informe individual de las empresas tractoras de Jaén Sinergia

En este apartado se ha llevado a cabo un análisis para cada una de las empresas tractoras con el objetivo de examinar las principales características de las empresas y obtener los datos necesarios para encontrar a las empresas auxiliares que mejor puedan satisfacer sus necesidades proveedoras en la provincia.

Para el cumplimiento del RGPD (Reglamento General de Protección de Datos) y para salvaguardar la privacidad y el *know-how* de las empresas encuestadas se ha llevado a cabo una codificación de las diferentes empresas tractoras en lo relacionado con su nombre, de ahí que reflejemos a las empresas las siglas ET (empresa tractora) seguidas de una enumeración (ET01, ET02, etc.), así como codificación del CIF.

Los informes individuales de cada empresa se dividen en cuatro apartados diferenciados:

- **Principales características de la empresa.**

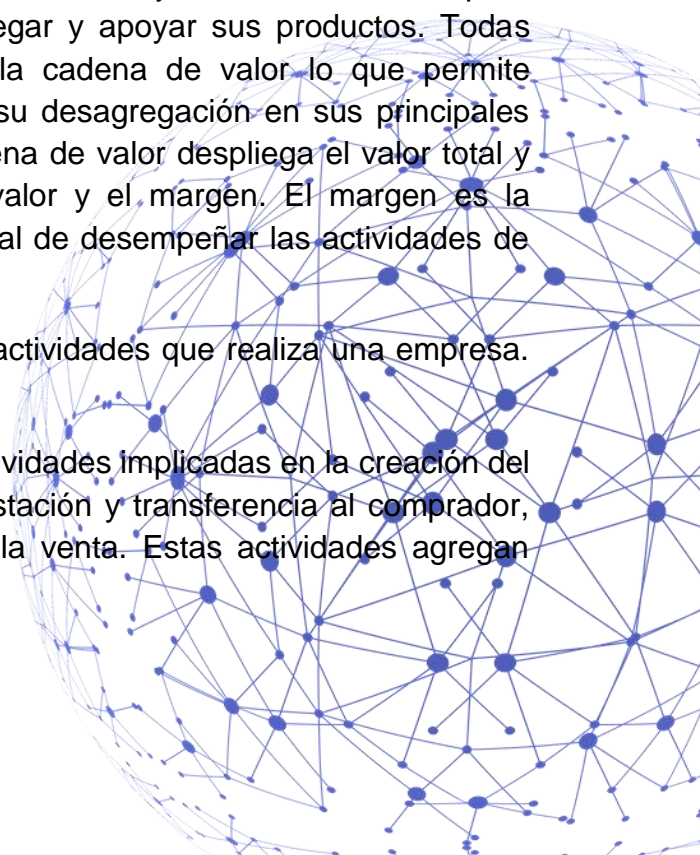
Empezaremos por realizar una tabla en la cual mostraremos las distintas características generales de las diferentes empresas tractoras, como su forma jurídica, su CIF, su actividad principal (CNAE), sector, antigüedad, etc.

- **Definición de su cadena de valor.**

La cadena de valor (anexo 1) de una empresa es un modelo teórico que permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente y a la misma empresa. Cada empresa desempeña un conjunto de actividades para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar sus productos. Todas esas actividades son representadas en la cadena de valor lo que permite realizar un análisis interno por medio de su desagregación en sus principales actividades generadoras de valor. La cadena de valor despliega el valor total y está compuesta por las actividades de valor y el margen. El margen es la diferencia entre el valor total y el coste total de desempeñar las actividades de valor.

Las actividades de valor son las distintas actividades que realiza una empresa. Se dividen en dos grupos:

- **Actividades primarias:** Son las actividades implicadas en la creación del producto o servicio, su venta o prestación y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior a la venta. Estas actividades agregan valor de forma directa.



- **Actividades de apoyo:** Son las actividades que sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí. Pueden asociarse tanto con actividades primarias, así como realizar apoyo a la cadena completa. A diferencia de las anteriores, no agregan valor de forma directa, sino que refuerzan la capacidad de las actividades primarias.

- **Análisis de los proveedores.**

Los proveedores son de gran importancia para la empresa, ya que son los que proporcionan a esta los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación diaria. Por ello, es importante analizarlos, pues pueden determinar en gran medida el éxito de la misma.

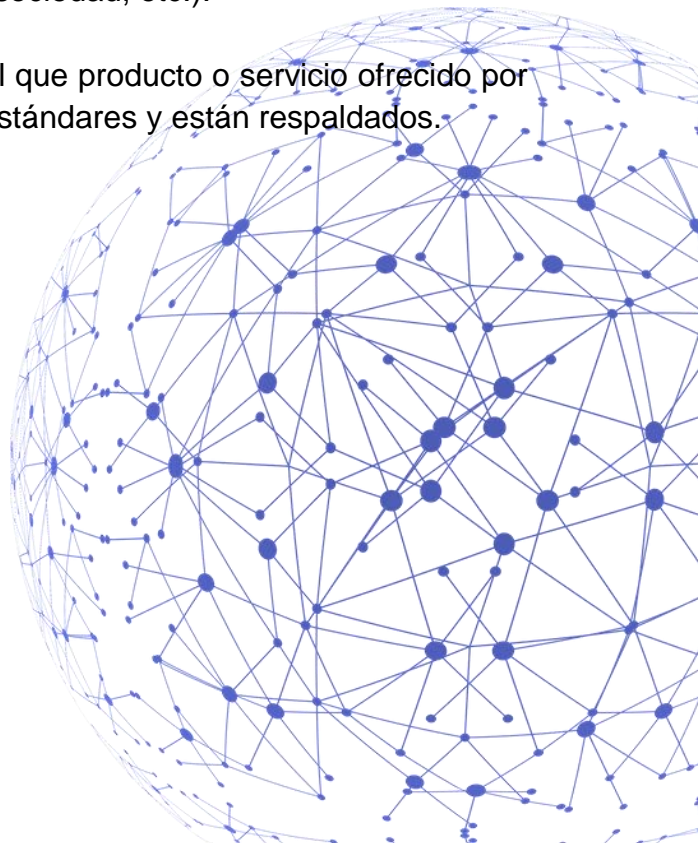
- **Criterios de elección de proveedores.**

Con estos criterios lo que pretendemos es evaluar a que factores les dan más importancia las empresas a la hora de elegir un proveedor. Existen varios criterios a la hora de la elegir un proveedor u otro. A continuación podemos observar los factores que hemos seleccionado, los cuales son los siguientes:

- **Experiencia:** Conjunto de conocimientos o habilidades que las empresas esperan del proveedor.
- **Reputación:** Imagen que tiene la opinión pública sobre el proveedor.
- **Confianza:** Las empresas esperan profesionalidad, fiabilidad, honestidad y empatía del proveedor.
- **Agilidad:** Se refiere a la capacidad de responder rápidamente cuando sea necesario al suministro de la empresa.
- **Precio:** Coste por la realización del producto o servicio del proveedor.
- **Localización:** Lugar en el que se encuentra la empresa proveedora.
- **Servicio:** Es la capacidad que tiene el proveedor de responder a las necesidades de la empresa.
- **Inversión publicidad:** Capital dirigido a anuncios sobre la empresa proveedora o los productos o servicios que ofrece.



- **Situación económica:** Capacidad que tiene la empresa proveedora de afrontar las deudas (liquidez).
- **Tamaño:** Capacidad de producción y facturación de la empresa proveedora.
- **Servicio post-venta:** Ofrecimiento de unos servicios de atención al cliente después de la compra, como pueden ser las garantías, las devoluciones, etc.
- **Facilidades pago:** Condiciones que el proveedor oferta a la empresa en relación al pago.
- **Calidad:** Conjunto de propiedades que posee el producto o servicio del proveedor que permite caracterizarlo.
- **Compromiso medio ambiente:** Medidas preventivas para evitar la contaminación.
- **Capacidad respuesta financiera:** Son las posibilidades que tiene el proveedor para realizar pagos e inversiones.
- **Tecnología:** Conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos empleados en el producto o servicio de la empresa proveedora.
- **R.S.C.:** Es la gestión de los impactos que el proveedor puede generar sobre los grupos de interés o stakeholders (clientes, trabajadores y trabajadoras, sociedad, etc.).
- **Certificaciones:** Garantía del que producto o servicio ofrecido por el proveedor cuenta con los estándares y están respaldados.



- **Poder de negociación de las empresas proveedoras.**

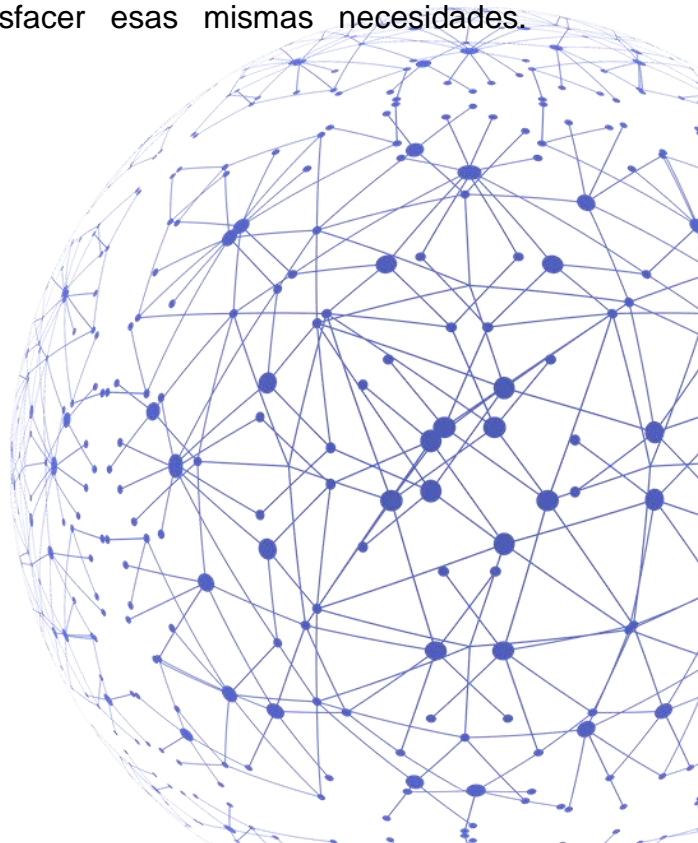
El poder de negociación de los proveedores se refiere a la capacidad que tienen los mismos para imponer condiciones en las transacciones que realizan con las empresas de la industria. Con este poder, los proveedores presionan sobre los precios o los costes y tratan de captar parte del valor generado por la industria. Existen varios factores que determinan el poder de negociación de los proveedores:

- Proveedores concentrados.
- Compra de pequeños volúmenes
- Productos diferenciados.
- Altos costes de cambio.
- Amenaza real de integración hacia delante.
- No existen productos sustitutivos.
- Producto no almacenable.
- Producto importante para el cliente.
- El proveedor tiene información total.

Cuanto más de estos factores se cumplan, más alto será el poder de negociación de los proveedores. Por el contrario, cuanto menos se cumplan, menor será dicho poder.

- **Principales demandas actuales de demandas proveedoras.**

En este apartado queremos saber cuáles son las necesidades proveedoras que tienen las diferentes empresas tractoras en diferentes factores, para saber que empresas de la provincia podrían satisfacer esas mismas necesidades.



Informe individual ET01

Principales características de la empresa

La empresa ET01 es una Sociedad Anónima, cuya actividad principal es la fabricación de envases y embalajes de plástico. Es una empresa que ofrece soluciones de envases para la industria alimentaria. Su especialidad es la fabricación de bandejas de espuma de poliestireno (porexpan), que ofrecen en una amplia gama de modelos y colores.

52

Tabla 6. Características ET01

Características	
Código de la empresa	ET01
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-233931XX
CNAE	2222
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, BRC
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Entre 200.000-500.000 euros

Definición de su cadena de valor

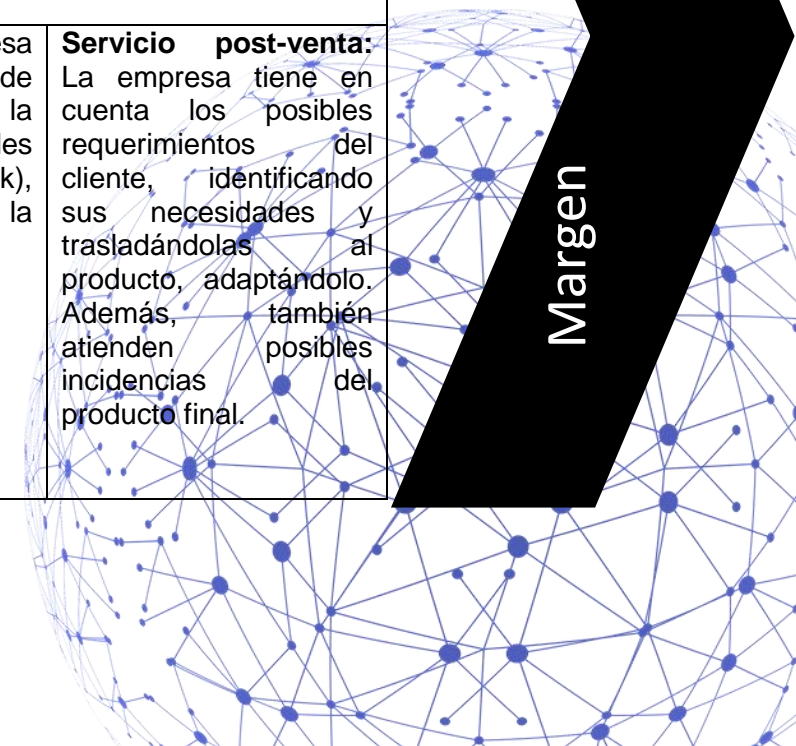
Tabla 7. Cadena de valor ET01.

53

<p>Aprovisionamiento: La empresa adquiere las materias primas necesarias (grasa derivada del petróleo) de sus proveedores (refinerías) los cuales se encargan de obtener dichas grasas derivadas a través del proceso de craqueo para la realización de su actividad principal.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa realiza proyectos de I+D, con los que espera mejorar las prestaciones de sus productos, obtener nuevas gamas de productos y crear y optimizar un sistema de producción.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: En la parte de <i>infraestructura física</i>, la empresa cuenta con una oficina central y con una fábrica. Como actividades complementarias para la dirección del negocio (<i>infraestructura organizativa</i>), la empresa contrata actividades de asesoría laboral y fiscal.</p>				
<p>Logística interna: La empresa gestiona la entrada y almacenamiento de la grasa derivada del petróleo, necesaria para la fabricación de su producto final, además de contratar el transporte de la misma hasta la empresa.</p>	<p>Producción: La empresa transforma las materias primas (grasa derivada del petróleo) en los productos intermedios (poliestireno, bobinas de láminas de PET, OPS y PP). Con estos se elabora el producto final (bandejas de espuma y envases).</p>	<p>Logística externa: La empresa distribuye su producto final a los diferentes clientes, contratando dicho transporte a sus distintos proveedores.</p>	<p>Marketing: La empresa utiliza las formas de publicidad como la página web, las redes sociales (Facebook), para promocionar a la misma.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa tiene en cuenta los posibles requerimientos del cliente, identificando sus necesidades y trasladándolas al producto, adaptándolo. Además, también atienden posibles incidencias del producto final.</p>

Margen

Margen



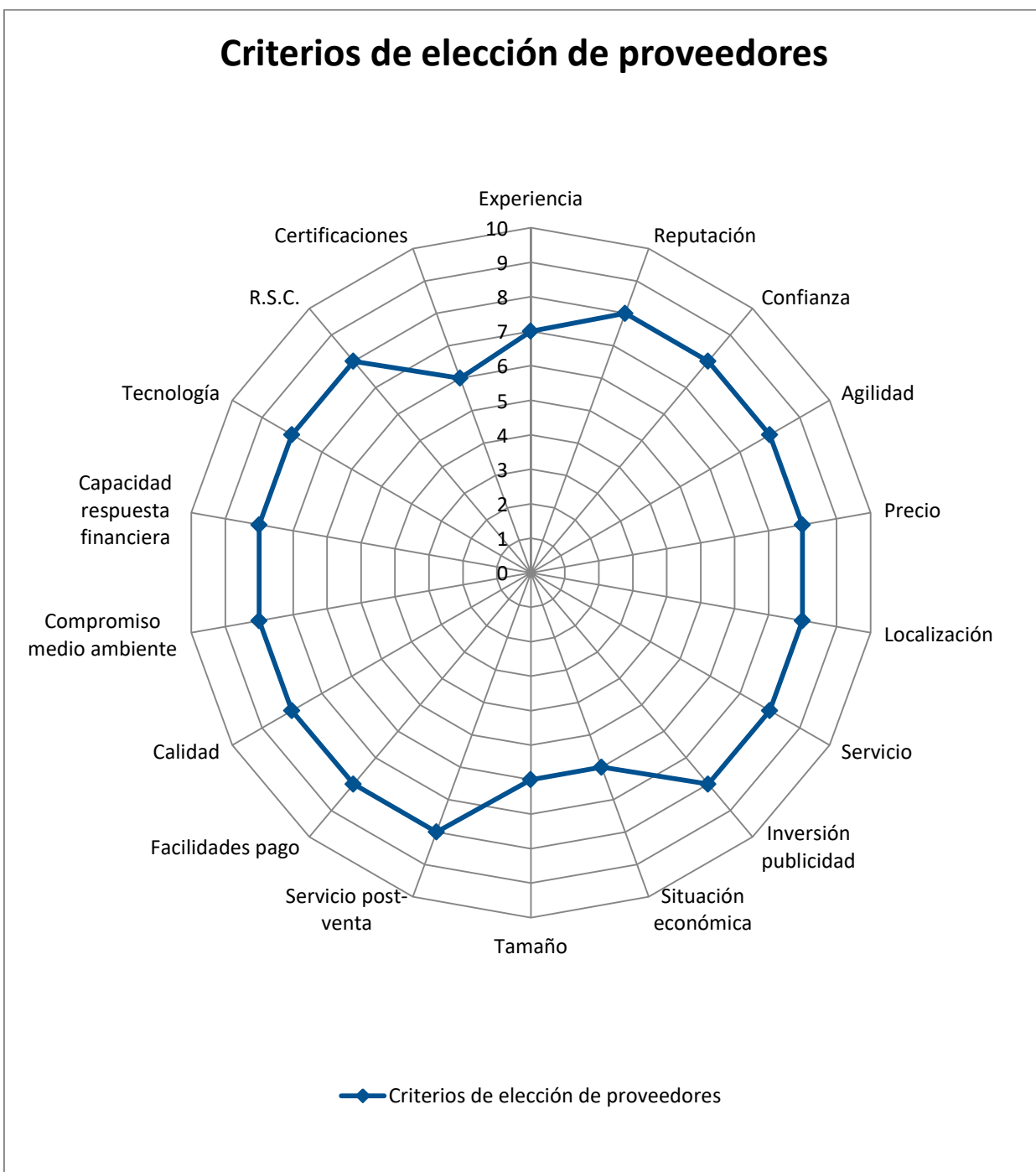
Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 64. Criterios de elección ET01

Criterios de elección de proveedores



A la mayoría de los factores la empresa le ha atribuido una importancia similar, siendo los criterios de situación económica, tamaño y certificaciones los que considera menos relevantes a la hora de escoger a empresas proveedoras.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa tienen un alto poder de negociación, ya que apenas existen productos sustitutos del poliestireno, aparte de ser un producto muy importante para la empresa.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Los proveedores de láminas en bobinas para PET también tienen un alto poder de negociación, ya que apenas existen productos sustitutos y es un producto necesario para la producción de la empresa.

Por último, el proveedor de asesoría fiscal tiene un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas de asesoría, los costes de cambio de proveedor son muy bajos y el servicio no es diferenciado, ya que la mayoría de las empresas lo realizan de forma parecida.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

En la empresa ET01, la actividad principal es la fabricación de envases y embalajes de plástico, por lo que sus necesidades de materias primas son de grasa derivada del petróleo con la que obtener las bobinas de láminas de PET, las cuales son necesarias para fabricar su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son de transporte, para recepción de las materias primas y la distribución de los productos terminados, y asesoría laboral, para todo con lo relacionado con los empleados.

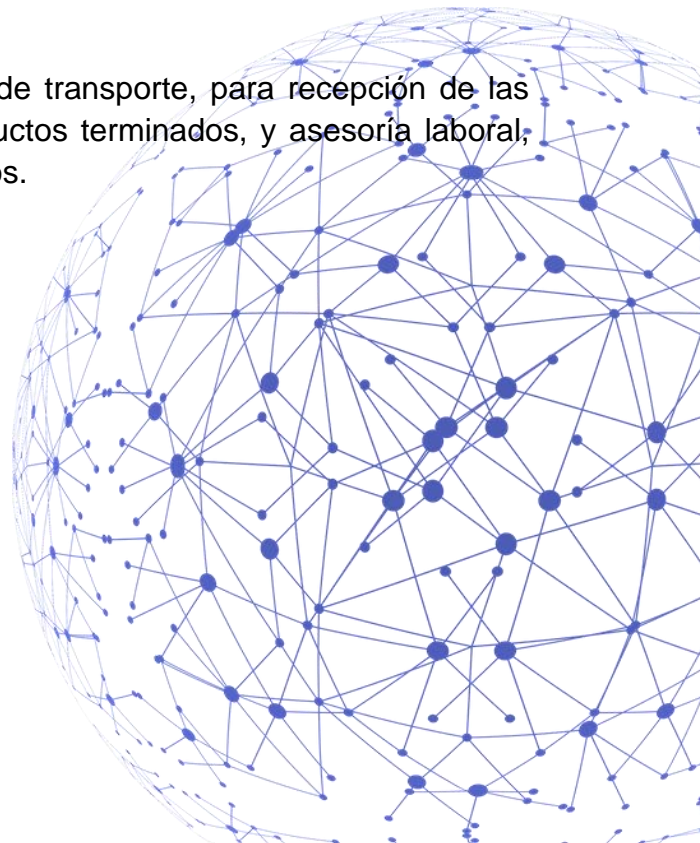


Tabla 8. Necesidades presentes ET01.

Necesidades presentes

56

Materias primas	Grasa derivada del petróleo
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Transporte
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Bobinas de láminas de PET
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asesoría laboral
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET02

Principales características de la empresa

La empresa ET02 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Es una empresa líder en el mercado nacional e internacional, cuya actividad principal es la fabricación de carrocerías para vehículos que son distribuidas en kits para montar. La gran ventaja de su producto es su versatilidad, así como su rapidez de montaje y su elevado estándar de calidad, que lo hace muy económico, fiable, duradero y competitivo en cualquier mercado del mundo.

58

Tabla 9. Características ET02.

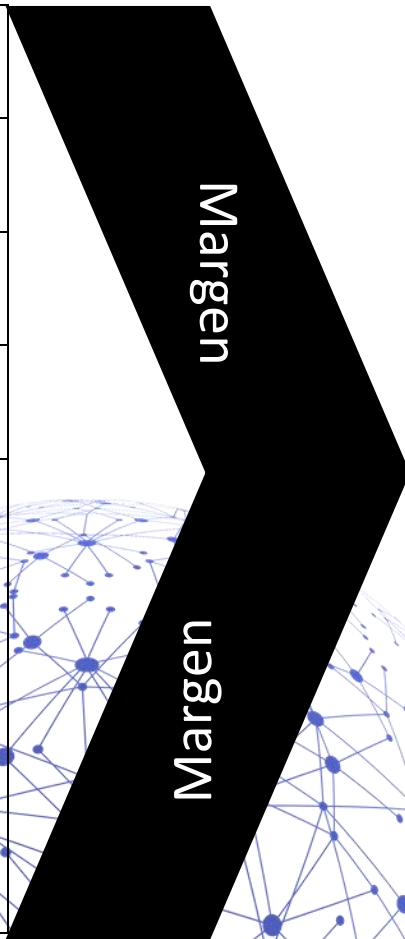
Características	
Código de la empresa	ET02
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B-232425XX
CNAE	2920
Sector	Primario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015 y PECAL
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Más de 500.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 10. Cadena de valor ET02.

59

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (hierro, aluminio, poliéster, chapa y espuma (poliuretano) para la realización de su actividad principal, las cuales las obtiene de empresas de suministros industriales.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa realiza proyectos de I+D, con los que espera mejorar las prestaciones de sus productos, obtener nuevas gamas de productos y producir nuevas variedades de materiales.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la empresa contrata empresas de trabajo temporal para la actividad propia, subcontratación y servicios de carga de camiones, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: Como infraestructura física, la empresa cuenta con tres naves para la realización de su actividad. Como infraestructura organizativa, la empresa contrata actividades de asesoría laboral, fiscal y jurídica, para complementar la dirección del negocio.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la recepción y almacenamiento de hierro, aluminio, poliéster, chapa y espuma de poliuretano para la fabricación de su producto final, además del transporte de dichas materias primas hasta la empresa.</p>	<p>Producción: Las materias primas son cortadas en las medidas necesarias, para a través del proceso de estampación (troqueles), dar formas a dichas materias primas.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes, encargándose ella del transporte, el cual contrata a sus proveedores.</p>	<p>Marketing: La empresa utiliza medios para promocionar a la misma, los cuales son la página web, las redes sociales, como Facebook, Twitter, LinkedIn y YouTube, además de otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa se reúne con los distintos clientes para recoger sus demandas, analizarlas y poder diseñar finalmente los distintos kits que más se ajusten a sus indicaciones. También solucionan posibles incidencias del producto final.</p>

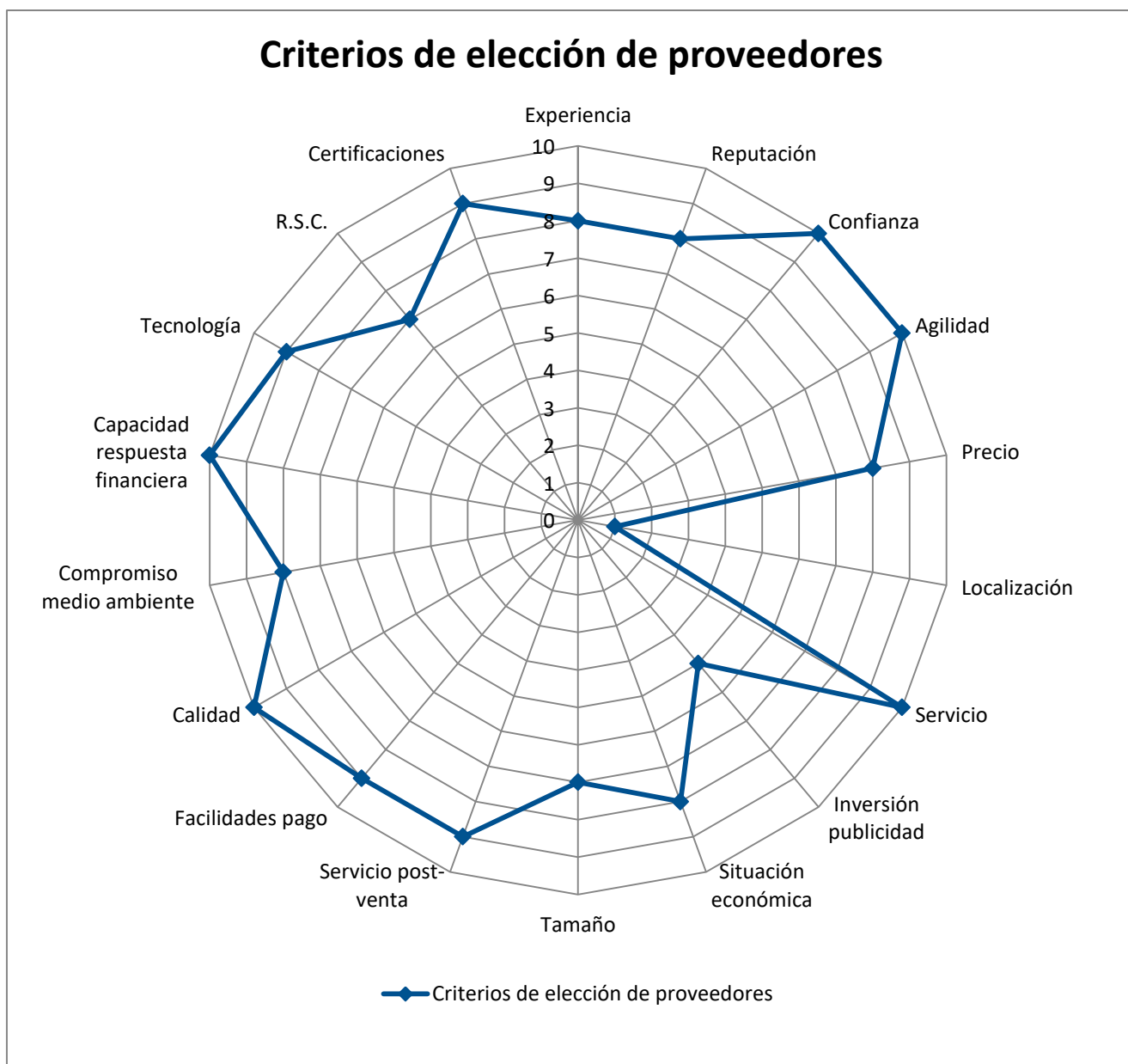


Análisis de los proveedores

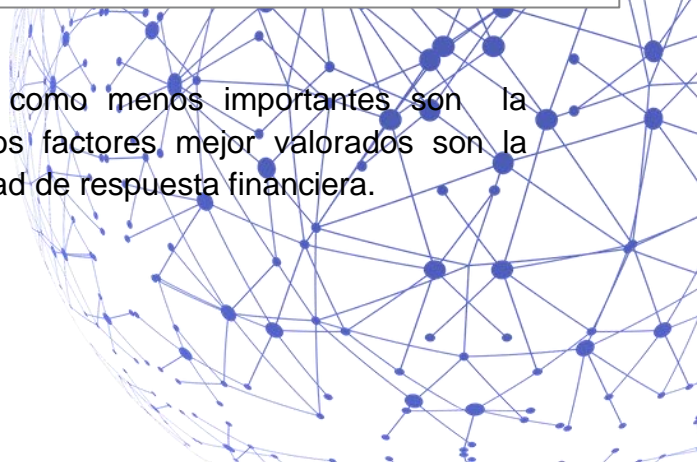
Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 65. Criterios de elección ET02.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la localización y la inversión en publicidad. Los factores mejor valorados son la confianza, agilidad, servicio, calidad y capacidad de respuesta financiera.



Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (hierro, aluminio, poliéster, chapa y espuma de poliuretano) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

61

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Los proveedores de mantenimiento de puentes grúa tienen un alto poder de negociación, ya que es un elemento importante para la empresa y apenas existen productos sustitutos. Los proveedores de mantenimiento de extintores tampoco tienen un alto poder de negociación ya que existen empresas muy competitivas que realicen ese servicio.

Las empresas de consultoría de marketing tendrían un bajo poder negociador, ya que existen muchas empresas que realizan este mismo servicio, el servicio no es diferenciado y los costes de cambio de proveedor son bajos.

Los proveedores de asesoría fiscal, laboral y jurídica tienen un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas de asesoría, los costes de cambio de proveedor son muy bajos y el servicio no es diferenciado, ya que la mayoría de las empresas lo realizan de forma parecida.

Las empresas de E.T.T. y subcontratación tienen un bajo poder de negociación, ya que existen una gran cantidad de empresas que ofrecen los mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET02, al tener como actividad principal la fabricación de carrocerías para vehículos, sus necesidades de materias primas son de hierro, aluminio, poliéster, chapa y espuma de poliuretano, las cuales son necesarias para fabricar su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son de transporte, para recepción de las materias primas y la distribución de los productos terminados, mantenimiento del puente y de los extintores, marketing, asesoría laboral, para todo con lo relacionado con los empleados, fiscal y jurídica.



Tabla 11. Necesidades presentes ET02.

Necesidades presentes

62

Materias primas	Hierro, aluminio, poliéster, chapa y espuma poliuretano
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Transporte
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Mantenimiento puente y mantenimiento extintores
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Marketing
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asesoría laboral, fiscal y jurídica
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Empresa de trabajo temporal para la actividad propia, subcontratación y de servicio de carga de camiones



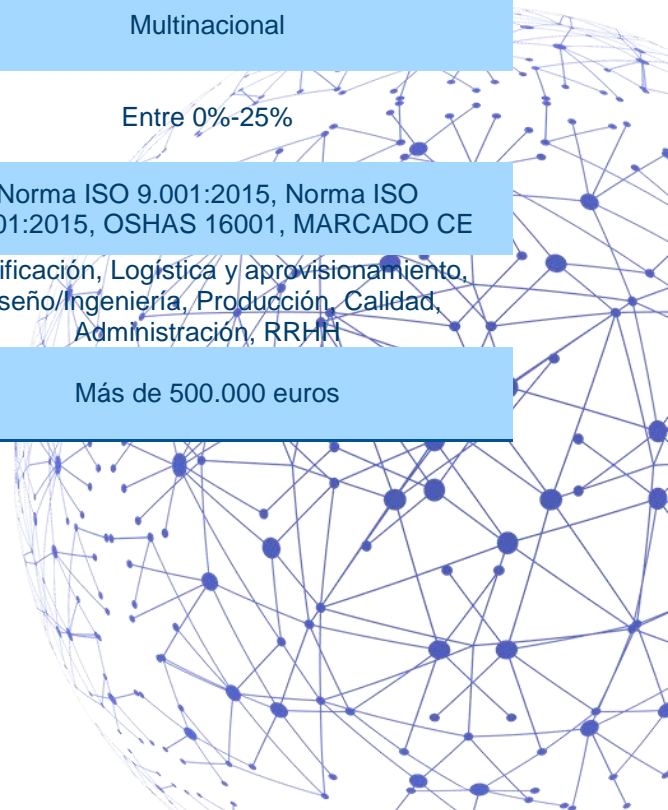
Informe individual ET03

Principales características de la empresa

La empresa ET03 es una Sociedad Anónima. Es una empresa cuya actividad principal es la fabricación propia de señales de tráfico, carteles y estructuras, y comercializa los elementos de barrera y pinturas de señalización horizontal. Además de esto, también ofrece servicios de señalización provisional de obras, obras llave en mano, mantenimiento de ayuntamientos y conservaciones integrales.

Tabla 12. Características ET03.

Características	
Código de la empresa	ET03
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-233776XX
CNAE	2599
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, OSHAS 16001, MARCADO CE
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Más de 500.000 euros



Definición de su cadena de valor

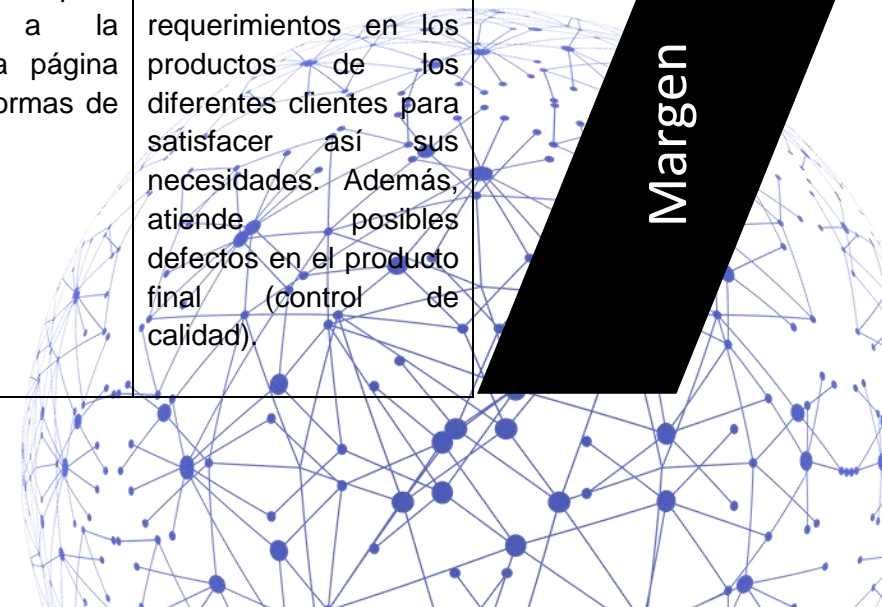
Tabla 13. Cadena de valor ET03.

65

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (chapa galvanizada, lama de acero galvanizado, lama de extrusión de aluminio, pinturas poliuretano, tornillería y papel reflexivo), las cuales las obtienen de sus proveedores, para la realización de su actividad principal.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa realiza proyectos de I+D, con los que espera mejorar las prestaciones de sus productos y obtener nuevas gamas de productos.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a lo relacionado con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: En lo que refiere a la <i>infraestructura física</i>, la empresa cuenta con una nave industrial donde realizan su actividad principal de fabricación y ensamblaje.</p>				
<p>Logística interna: La empresa gestiona la entrada de chapa galvanizada, lama de acero galvanizado, lama de extrusión de aluminio, pinturas poliuretano, tornillería y papel reflexivo para la fabricación de su producto final, además de su almacenamiento.</p>	<p>Producción: La empresa fabrica las estructuras metálicas, a las que les añade la pintura y el vinilo dependiendo del producto que se requiera y de la normativa existente.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes, además del transporte del cual se encargan ellos (transporte interno).</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web y otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa tiene en cuenta los requerimientos en los productos de los diferentes clientes para satisfacer así sus necesidades. Además, atiende posibles defectos en el producto final (control de calidad).</p>

Margen

Margen

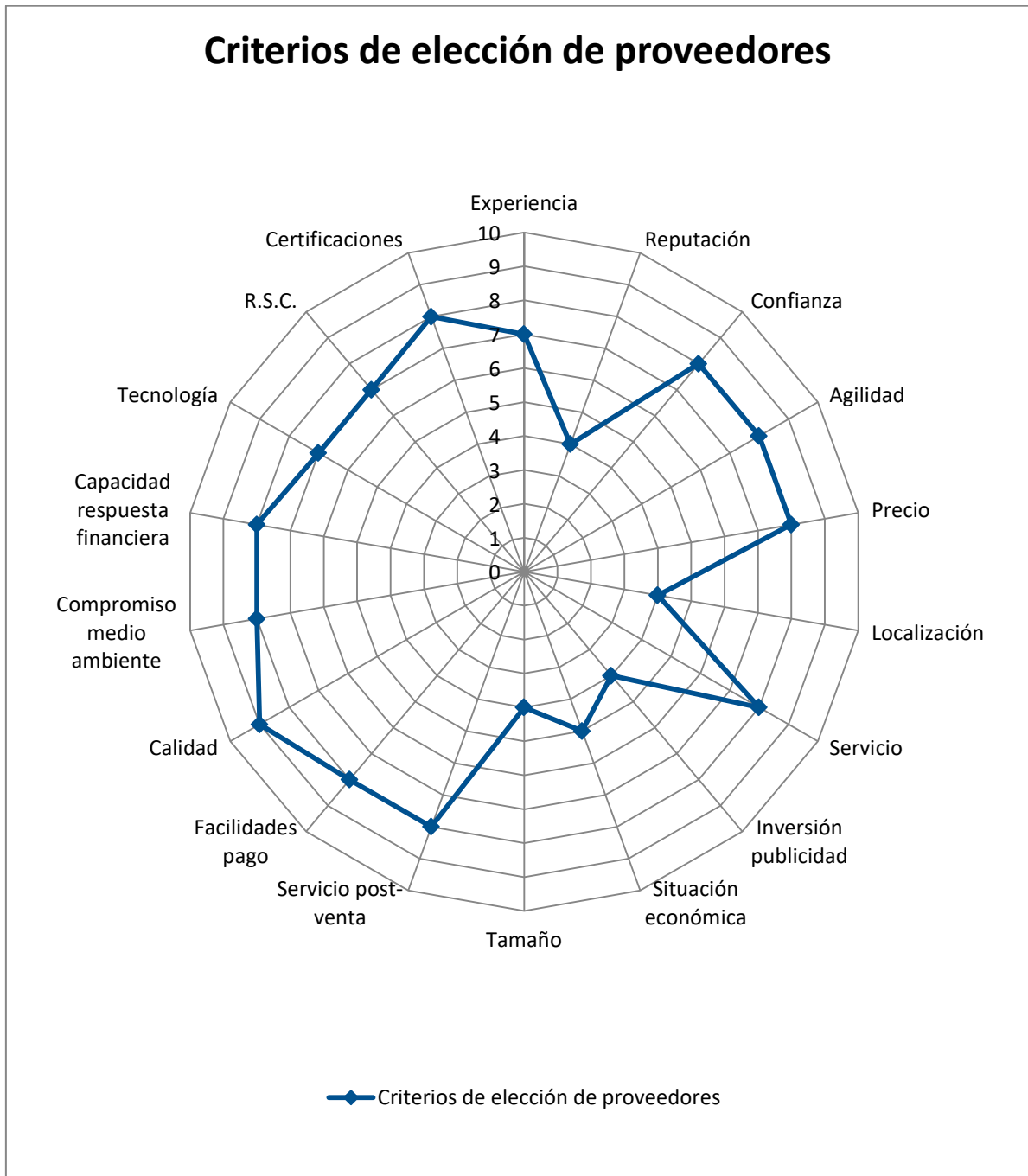


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 66. Criterios de elección ET03.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la reputación, a la que apenas concede importancia, la localización, la inversión en publicidad y el tamaño. El factor mejor valorado es la calidad, seguido de otros tales como la facilidad de pago o el servicio.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (hierro, aluminio, poliéster, chapa y espuma de poliuretano) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET03, al tener como actividad principal la fabricación de señales carteles y estructuras, y comercializa los elementos de barrera y pinturas de señalización horizontal, sus necesidades de materias primas son de chapa galvanizada, lama de acero galvanizado, lama de extrusión de aluminio, pinturas poliuretano, tornillería y papel reflexivo, las cuales son necesarias para fabricar su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son de transporte, para recepción de las materias primas y la distribución de los productos terminados, mantenimiento en evaporativos, en sistema contra incendios, de la línea de aire y del depósito de gasoil, formación y actividades en investigación y desarrollo.

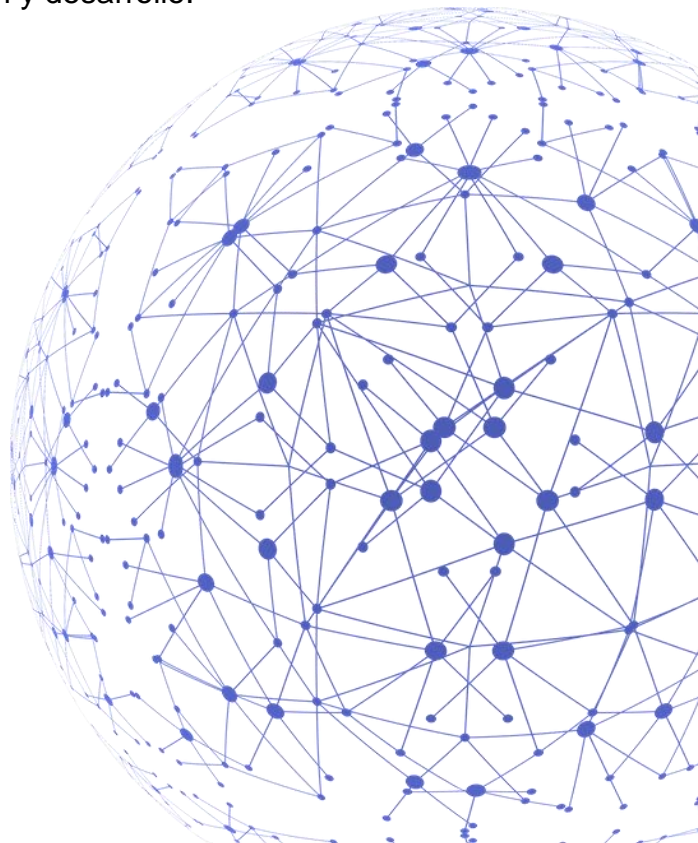
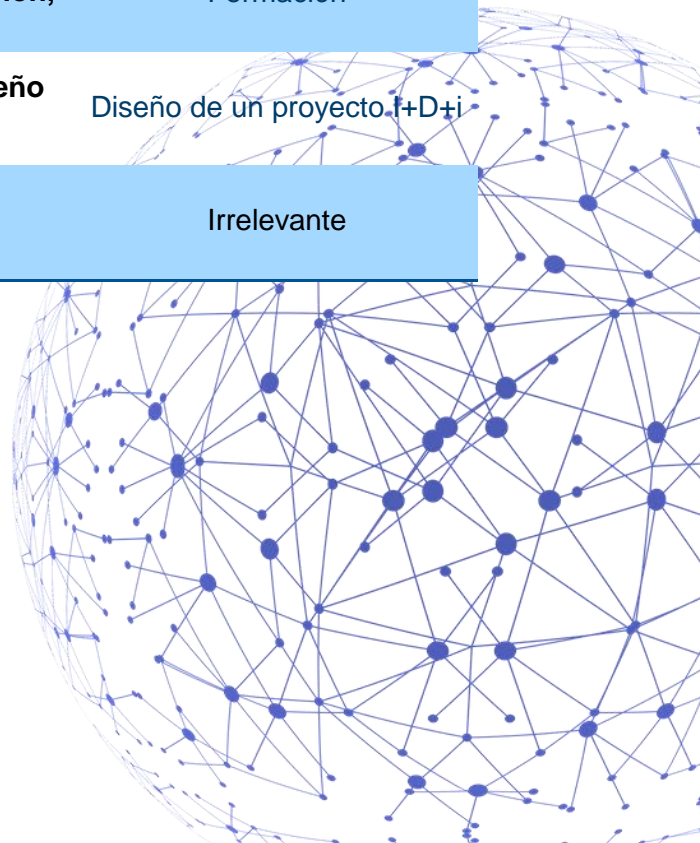


Tabla 14. Necesidades presentes ET03.

Necesidades presentes

68

Materias primas	Chapa galvanizada, lama de acero galvanizado, lama de extrusión de aluminio, pinturas poliuretano, tornillería y papel reflexivo
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Mantenimientos en evaporativos, en sistema contra incendios, de la línea de aire y del depósito de gasoil
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Formación
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Diseño de un proyecto. I+D+i
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET04

Principales características de la empresa

La empresa ET04 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Su actividad principal es las artes gráficas, en especial la impresión digital sobre cualquier tipo de material de textos o imágenes, fabricación de elementos dedicados a procesos de impresión, reproducción de textos o imágenes destinados o no a la impresión.

Tabla 15. Características ET04.

Características	
Código de la empresa	ET04
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B-2350528XX
CNAE	1812
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Ninguno
Áreas funcionales	Planificación, logística y aprovisionamiento, diseño y aprovisionamiento, producción, Marketing, comercial/ventas, administración
Inversión en I+D+i	Entre 200.000-500.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 16. Cadena de valor ET04.

71

Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (lona, plancha PVC, textil, corcho, cartón, metacrilato y planchas aluminio) de sus proveedores para la realización de su actividad principal.				
Desarrollo tecnológico: La empresa realiza proyectos de I+D, con los que espera mejorar los servicios de sus productos y obtener un nuevo repertorio de productos.				
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con reclutamiento a través de empresas de trabajo temporal, además de tener definida y aplicar una política de retribución.				
Infraestructura: La <i>infraestructura física</i> con la que la empresa cuenta es una planta de producción. Como actividades complementarias (<i>infraestructura organizativa</i>) para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de asesoría externa.				
Logística interna: La empresa gestiona la entrada de lona, plancha PVC, textil, corcho, cartón, metraquilato y planchas aluminio para la fabricación de sus productos finales, además del transporte hasta la empresa.	Producción: La empresa realiza impresiones de gran formato en lonas, además de otros tipos de materiales.	Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes a través de proveedores de logística para el transporte con garantías.	Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, las redes sociales como Facebook y otras formas de publicidad.	Servicio post-venta: La factura generada sirve como certificado de calidad del producto. Además, la empresa también atiende posibles incidencias del producto final dentro de los términos y condiciones de venta.

Margen

Margen

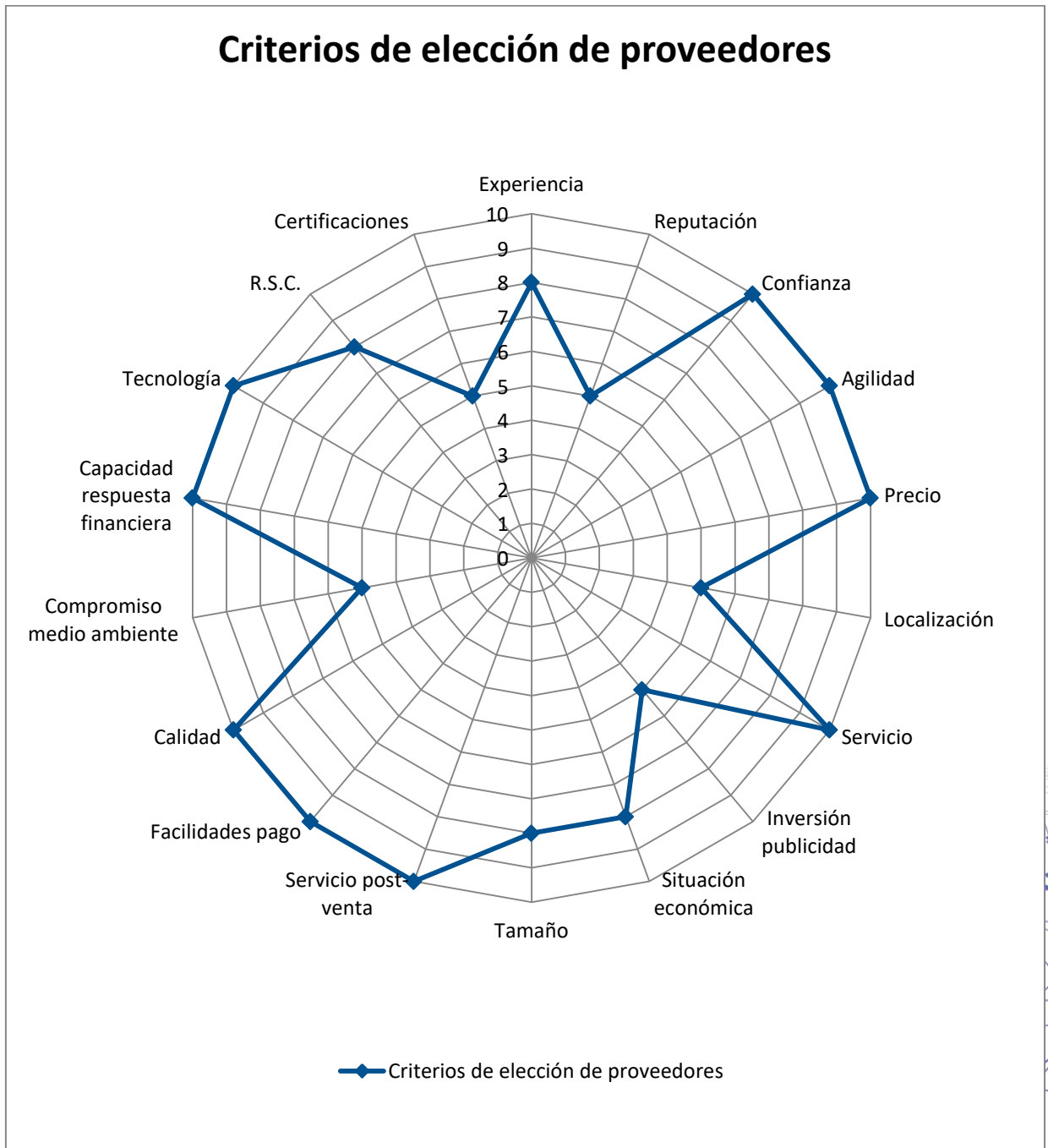


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 67. Criterios de elección ET04.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la reputación, la localización, la inversión en publicidad, compromiso con el medio ambiente y certificaciones. Los factores mejor valorados son la confianza, agilidad, precio, servicio, servicio post-venta, facilidades de pago, calidad, capacidad de respuesta financiera y tecnología.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (lona, plancha PVC, textil, corcho, cartón, metacrilato y planchas aluminio) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Los proveedores de mantenimiento de las impresoras, tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas especializadas que realizan el mismo servicio en equipos de impresión digital a gran escala.

Los proveedores del servicio de posicionamiento web tienen un poder de negociación bajo, ya que existen más empresas que ofrecen el mismo servicio.

Los proveedores del servicio de asesoría general tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Las empresas de E.T.T. y subcontratación tienen un bajo poder de negociación, ya que existen una gran cantidad de empresas que ofrecen los mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET04, al tener como actividad principal es la impresión en varios campos, sus necesidades de materias primas son de lonas, plancha de PVC, textil, corcho, cartón, metacrilato y planchas de aluminio, las cuales son necesarias para la realización de su servicio final.

Las demás necesidades de la empresa son de transporte, para recepción de las materias primas y la distribución de los productos terminados, mantenimiento de maquinaria y fabricación de productos terminados, posicionamiento y web, asesoría externa y reclutamiento a través de empresas de trabajo temporal.

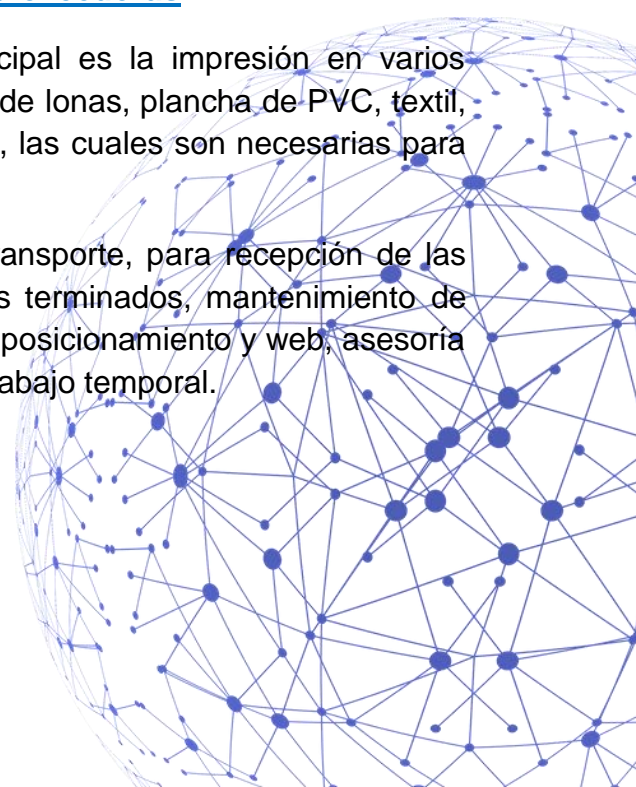


Tabla 17. Necesidades presentes ET04.

Necesidades presentes

74

Materias primas	Lona, plancha PVC, textil, corcho, cartón, metraquilato y planchas aluminio
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Transporte
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Fabricación productos terminados y mantenimiento maquinaria
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Posicionamiento web
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asesoría externa
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Reclutamiento a través de una empresa de trabajo temporal



Informe individual ET05

Principales características de la empresa

La empresa ET05 es una Sociedad Anónima. Su actividad principal es el desarrollo de software profesional de gestión empresarial para pequeñas y medianas empresas.

Tabla 18. Características ET05.

Características	
Número de la empresa	ET05
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-116828XX
CNAE	0
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, SR 10 RSC, ISO 26001
Áreas funcionales	Planificación, Diseño/Ingeniería, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

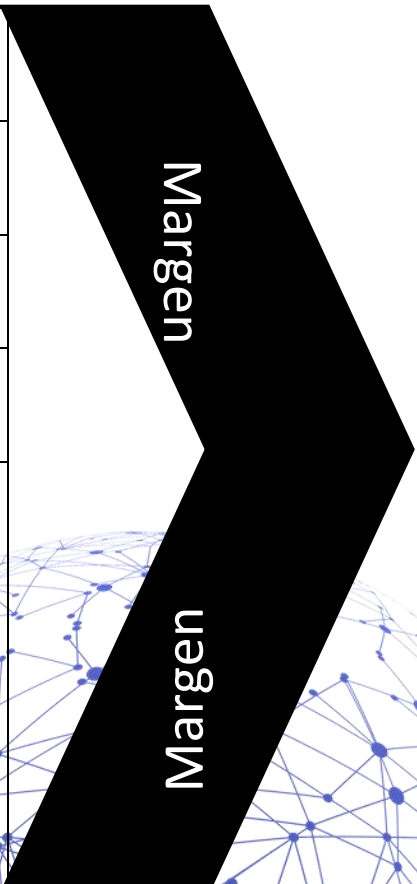


Definición de su cadena de valor

Tabla 19. Cadena de valor ET05.

77

Aprovisionamiento: Estas actividades están encaminadas a buscar por un lado la mejor capacitación del departamento de atención al cliente de la empresa, así como sistemas que mejoren la gestión interna y mejora continua de la compañía.					
Desarrollo tecnológico: La empresa realiza proyectos de I+D, con los que espera mejorar las prestaciones de sus productos y obtener nuevas gamas de productos, y con ello la diversificación de la empresa.					
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, motivación y capacitación además de la política de retribución.					
Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de gestión interna, sistemas de gestión, formación y marketing.					
Logística interna: Se incluyen actividades como solicitud de requerimientos por parte del personal, así su satisfacción para que ello repercuta en un mejor servicio al cliente	Producción: Comprende las actividades de servicio de atención al cliente para dar soporte para un adecuado funcionamiento del producto que ofrecen.	Logística externa: Incluye las actividades con el servicio y derivación de las necesidades del cliente, en función del tipo de necesidad que requieren.	Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, las redes sociales como Facebook y otras formas de publicidad, como colaboración con distintas entidades de la provincia.	Servicio post-venta: La empresa tiene un potente servicio al cliente, el cual es el soporte principal para el adecuado funcionamiento de las soluciones informáticas que ofrece.	

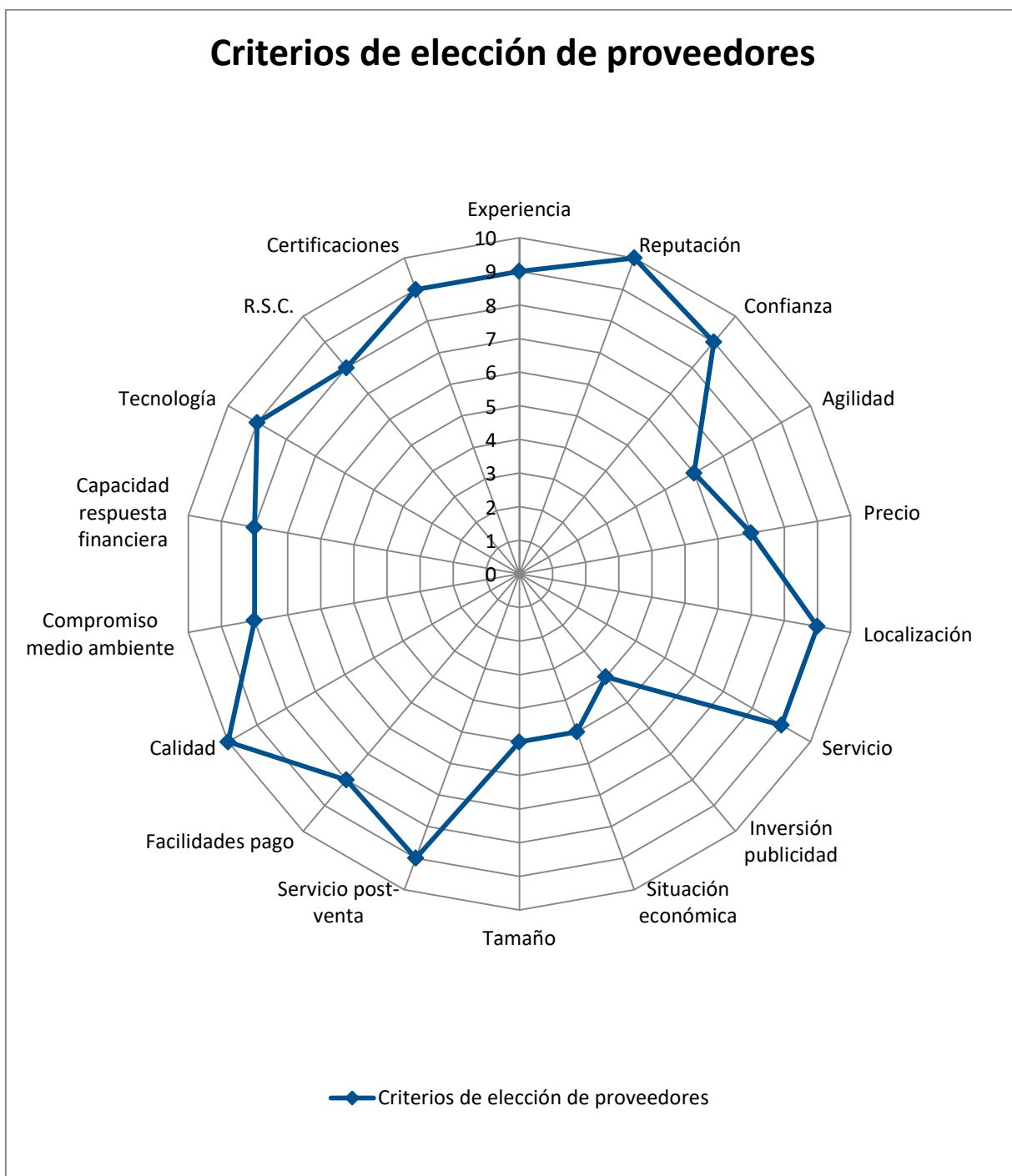


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 68. Criterios de elección ET05.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la inversión en publicidad, la situación económica y el tamaño. Los factores mejor valorados son la reputación y la calidad.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

En general los servicios demandados por esta empresa, son servicios externos de consultoría en los campos de formación, sistemas de gestión, sostenibilidad y marketing, servicios transversales en la empresa, y en los que el proveedor tiene un bajo poder de negociación, a pesar de su especialización.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET05 tiene como actividad principal es el desarrollo de software profesional de gestión empresarial para pequeñas y medianas empresas y cuenta en su plantilla con todo el personal para cubrir sus necesidades presentes, en cuanto al desarrollo de su producto.

Sí que precisa servicios adicionales, de carácter transversal a la organización, que tenga que ver con la mejora de la gestión interna de la organización, tales como formación, sistemas de gestión, sostenibilidad y marketing.

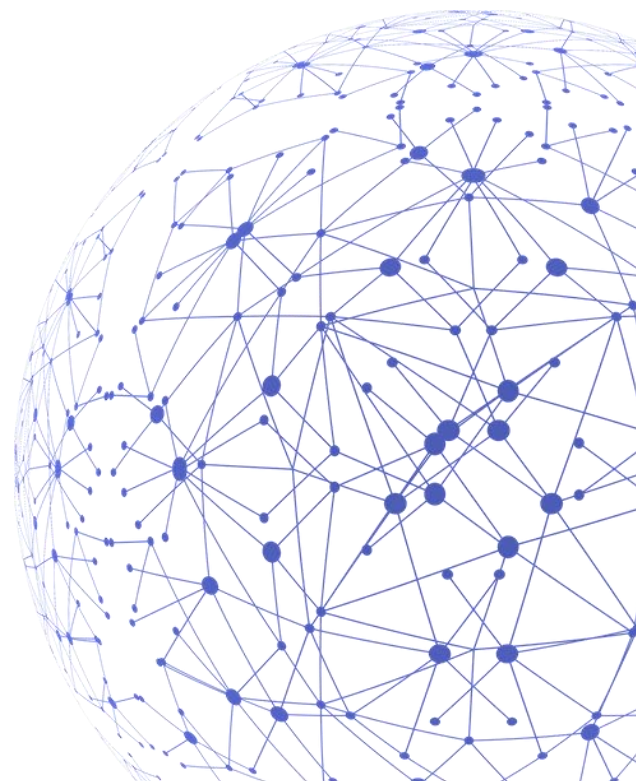
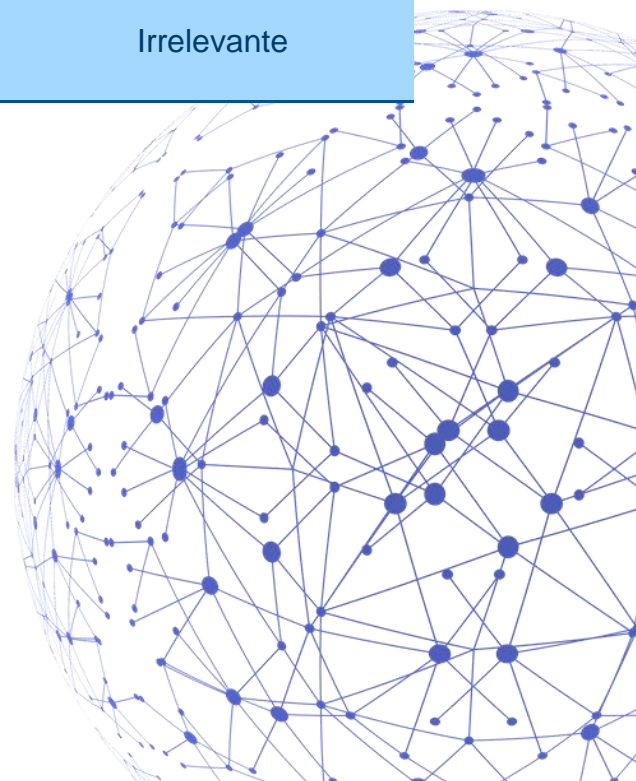


Tabla 20. Necesidades presentes ET05.

Necesidades presentes

80

Materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Irrelevante
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Actividades de marketing y promoción
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Actividades de formación y planificación
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Desarrollo de nuevos productos
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET06

Principales características de la empresa

La empresa ET06 es una Sociedad Anónima. Su actividad principal es la producción de avisadores acústicos en el sector automovilístico.

Tabla 21. Características ET06.

Características

Código de la empresa	ET06
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-809743XX
CNAE	No aporta
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Más de 250 trabajadores/as
Facturación	Más de 50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, ISO TS, IATF QUE SUSTITUYE A LA ISO TS
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Más de 500.000 euros

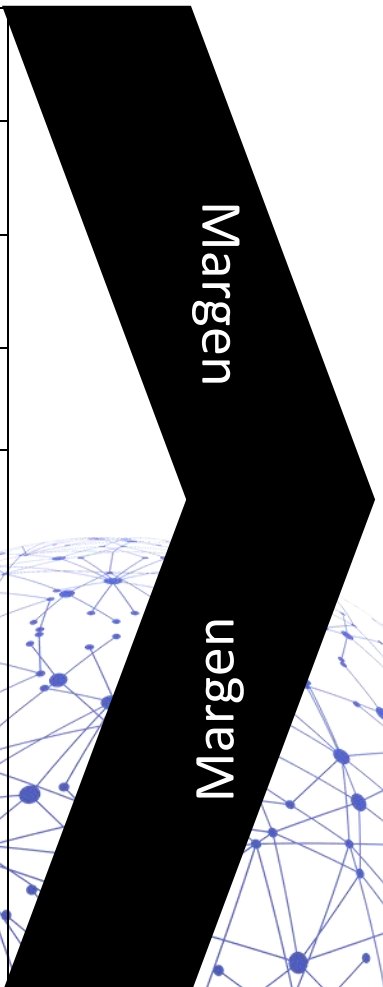


Definición de su cadena de valor

Tabla 22. Cadena de valor ET06.

83

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (materiales de inyección de plástico, de estampación y recubrimiento de metal, hilo de cobre y aluminio, placas electrónicas, contactos de volframio y tornillería) para la realización de su actividad principal.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa cuenta con un espacio amplio y acondicionado (laboratorio) dedicado exclusivamente al estudio, análisis y tests de los productos que lanzan al mercado, con el que espera mejorar las prestaciones de sus productos y obtener nuevas gamas de productos</p>				
<p>Recursos humanos: En los aspectos relacionados con los recursos humanos de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, con reclutamiento a través de empresas de trabajo temporal, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: La empresa cuenta con una planta (<i>infraestructura física</i>) en la que realiza la fabricación de sus productos. Como actividades complementarias (<i>infraestructura organizativa</i>) para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de asesoría legal y administrativa.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada y almacenamiento de materiales de inyección de plástico, estampación y recubrimiento de metal, hilo de cobre y aluminio, placas electrónicas, contactos de volframio y tornillería para la creación de su producto y del cartonaje del mismo.</p>	<p>Producción: La empresa se encarga del ensamblaje de las distintas piezas para la fabricación de avisadores (claxon) del sector automovilístico.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de ensamblaje del producto final a los clientes, además de su entrega a los clientes a través de una amplia gama de vehículos.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, las redes sociales como Facebook y otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa ofrece un servicio integral a sus clientes, desde la identificación de sus necesidades para ofrecer el mejor servicio, hasta la atención de los posibles defectos detectados por el cliente en el producto final.</p>



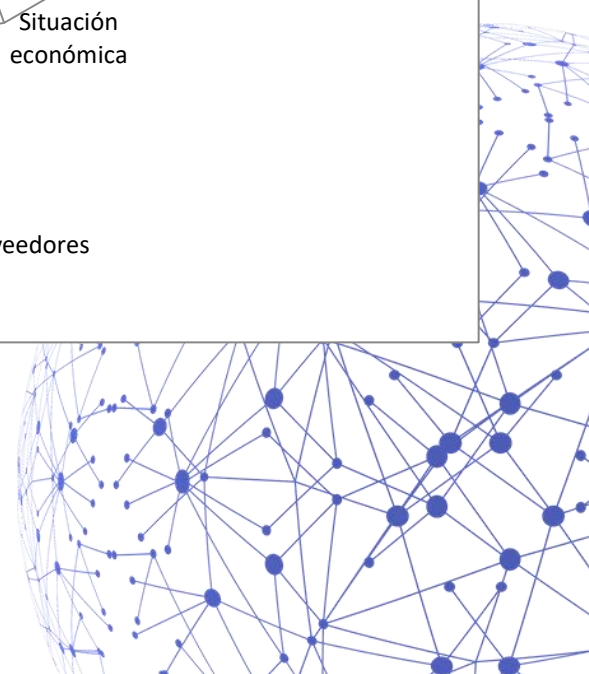
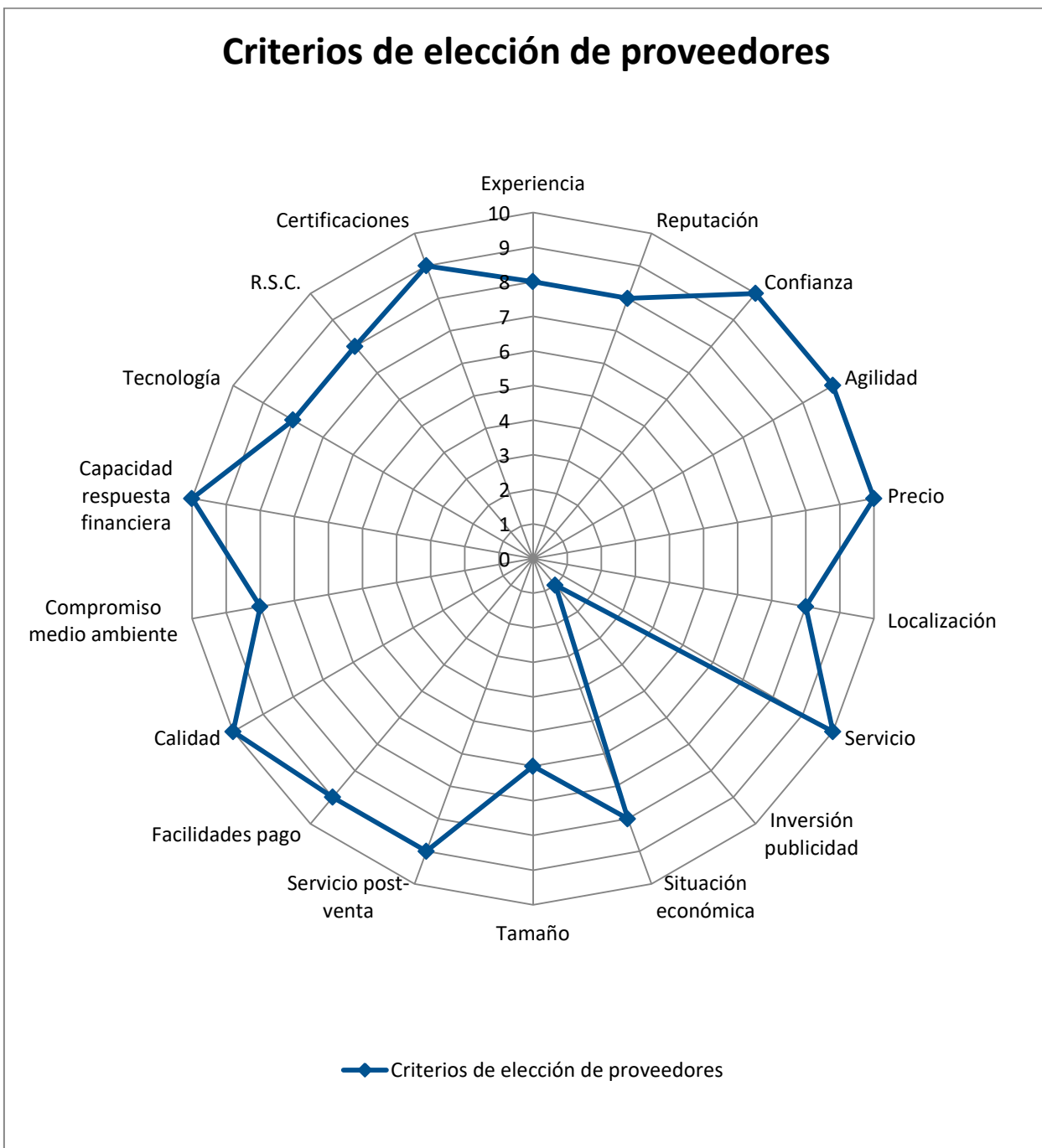
Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 69. Criterios de elección ET06.

84



El factor que la empresa ha señalado como menos importante es la inversión en publicidad. Los factores mejor valorados son la confianza, la agilidad, el precio, el servicio, la calidad y la capacidad de respuesta financiera.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (materiales de inyección de plástico, de estampación de metal, recubrimiento de metal, hilo de cobre y de aluminio, placas electrónicas, contactos de wolframio y tornillería) tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Los proveedores de cartonaje de la empresa, tienen poco poder negociador, ya que existen muchas empresas de en ese sector, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Las empresas de ensamblaje tienen un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas que realizan el mismo servicio.

Los proveedores del servicio de asesoría tanto legal como administrativa tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Las empresas de realización de catálogos y vídeos corporativos, tienen un poder bajo de negociación, pues hay muchas empresas que realizan el mismo servicio.

Las empresas de E.T.T. tienen un bajo poder de negociación, ya que existen una gran cantidad de empresas que ofrecen los mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET06, al tener como actividad principal es la producción de avisadores en el sector automovilístico, sus necesidades de materias primas son de materiales de inyección de plástico, de estampación de metal, recubrimiento de metal, hilo de cobre y de aluminio, placas electrónicas, contactos de wolframio y tornillería, las cuales son necesarias para la realización de su servicio final.

Las demás necesidades de la empresa son de cartonaje, ensamblaje, servicio de recepción de materia prima, actividades de ventas de productos, realización de catálogos y vídeos corporativos, asuntos legales y administrativos, formación y reclutamiento a través de empresas de trabajo temporal.



Tabla 23. Necesidades presentes ET06.

Necesidades presentes

86

Materias primas	Materiales de inyección de plástico, de estampación de metal, recubrimiento de metal, hilo de cobre y de aluminio, placas electrónicas, contactos de wolframio y tornillería
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Cartonaje
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Ensamblaje y servicio recepción de materia prima
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Ventas de productos, realización de catálogos y videos corporativos
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asuntos legales y administración y formación
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Empresa de trabajo temporal



Informe individual ET07

Principales características de la empresa

88

La empresa ET07 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Su actividad principal es la fabricación de piezas de plástico por inyección.

Tabla 24. Características ET07.

Características	
Número de la empresa	ET07
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada.
CIF	B-233635XX
CNAE	No aporta
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 10-49 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 51%-75%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, ISO TS949
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros



Definición de su cadena de valor

Tabla 25. Cadena de valor ET07.

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (polipropileno, poliamida, Abs y Ppt) de sus diferentes proveedores para la realización de su actividad principal.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa tiene muy buenas relaciones con un centro tecnológico el cual les permite disponer de unos avanzados medios tanto de diseño y desarrollo como de un completo laboratorio, que les permite verificar el cumplimiento de los requisitos del cliente, así como el desarrollo de nuevos productos.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal (formación en prevención de riesgos y formación en plásticos), reclutamiento a través de empresas de trabajo temporal, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de auditoría externa de cuentas. En lo que respecta a su <i>infraestructura física</i>, la empresa cuenta con una nave industrial en la que fabrica su producto final.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada y almacenamiento de sus materias primas (polipropileno, poliamida, Abs y Ppt) para la fabricación y montaje de su producto final.</p>	<p>Producción: Mediante la polimerización se obtienen los distintos tipos de compuestos, los cuales a través del proceso de inyección se logran las piezas finales.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes. Dicho transporte</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web y otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa ofrece un servicio de diseño del producto a partir de los planos aportados por el cliente, para así satisfacer totalmente sus necesidades. También atiende las posibles incidencias del producto final.</p>

Margen

Margen

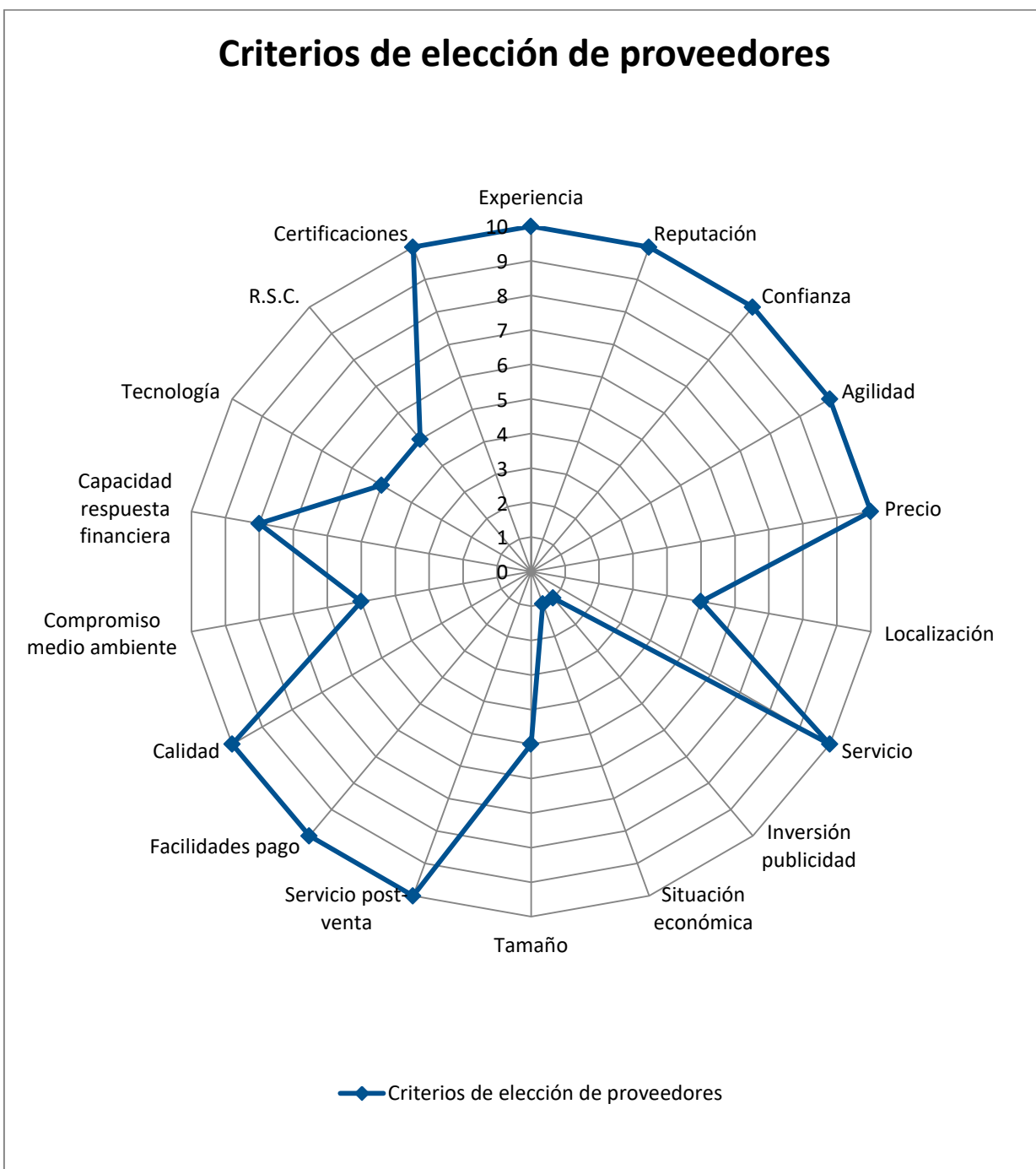


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 70. Criterios de elección ET07.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la inversión en publicidad y la situación económica. Los factores mejor valorados son la experiencia, la reputación, la confianza, la agilidad, el precio, el servicio, el servicio post-venta, las facilidades de pago, la calidad y las certificaciones.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (polipropileno, poliamida, Abs y Ppt) tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Las empresas de fabricación de moldes tienen un poder negociador bajo, ya que existen varias empresas que realizan el mismo producto.

Las empresas de auditoría tienen muy poco poder de negociación, ya que hay muchas empresas que prestan ese mismo servicio y el coste de cambio de proveedor es muy bajo.

Las empresas de E.T.T. tienen un bajo poder de negociación, ya que existen una gran cantidad de empresas que ofrecen los mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET07, al tener como actividad principal es la fabricación de piezas de plástico por inyección, sus necesidades de materias primas son de polipropileno, poliamida, ABS y PPT, las cuales son necesarias para la realización de su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son de mantenimiento y fabricación de moldes, transporte, auditoría externa de cuentas, desarrollo de productos y estudios técnicos y empresas de trabajo temporal, formación en riesgos laborales y formación en plásticos.

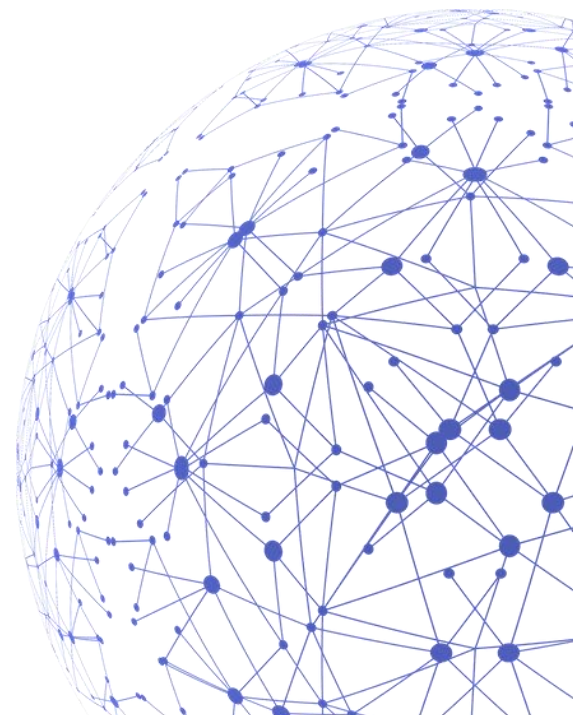


Tabla 26. Necesidades presentes ET07.

Necesidades presentes

92

Materias primas	Polipropileno, poliamida, Abs y Ppt
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Mantenimiento y fabricación de moldes
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Auditor externo de cuentas
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Desarrollo de productos y estudios técnicos
Actividades de recursos humanos	ETT, formación en prevención de riesgos y formación en plásticos



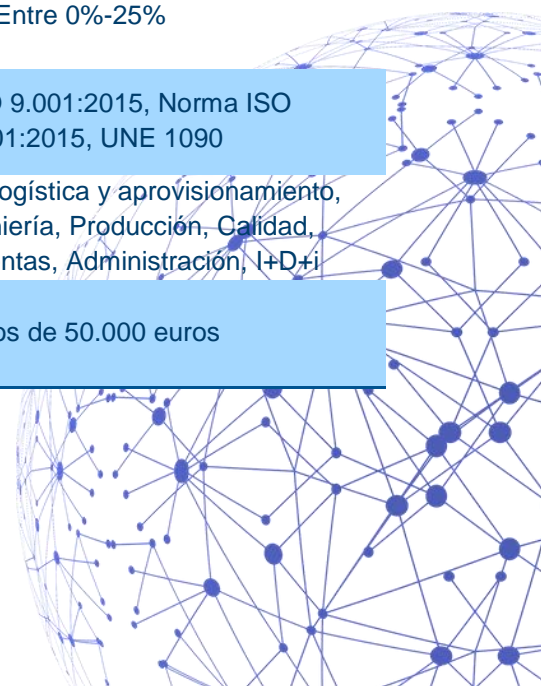
Informe individual ET08

Principales características de la empresa

La empresa ET08 es una Sociedad Anónima. Su actividad principal es la fabricación de elementos de electrificación ferroviaria.

Tabla 27. Características ET08.

Características	
Código de la empresa	ET08
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-283586XX
CNAE	2840
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 10-49 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, UNE 1090
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Comercial/Ventas, Administración, I+D+i
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros



Definición de su cadena de valor

Tabla 28. Cadena de valor ET08.

95

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (acero) para la realización de su actividad principal, el cual obtiene de sus proveedores.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa dispone de un completo departamento de I+D+i en el que se diseñan y desarrollan ideas y soluciones para sus clientes para lo cual disponen de las herramientas de análisis y diseño.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: En cuanto a la <i>infraestructura física</i>, la empresa cuenta con una fábrica en Jaén y una oficina en Madrid. Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de asesoría laboral.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada y almacenamiento de acero para la fabricación de su producto final.</p>	<p>Producción: La empresa se encarga en transformar la materia prima (acero) en diferentes piezas, las cuales ensamblan hasta transformarlas en estructuras metálicas.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de transporte y entrega del producto final a los clientes. Dicho transporte es contratado por la empresa a sus proveedores.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web y otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa cuenta con una política de calidad, a través de la cual dirige su sistema de gestión para cumplir con la satisfacción del cliente. La empresa también atiende los posibles defectos de sus productos finales.</p>

Margen

Margen

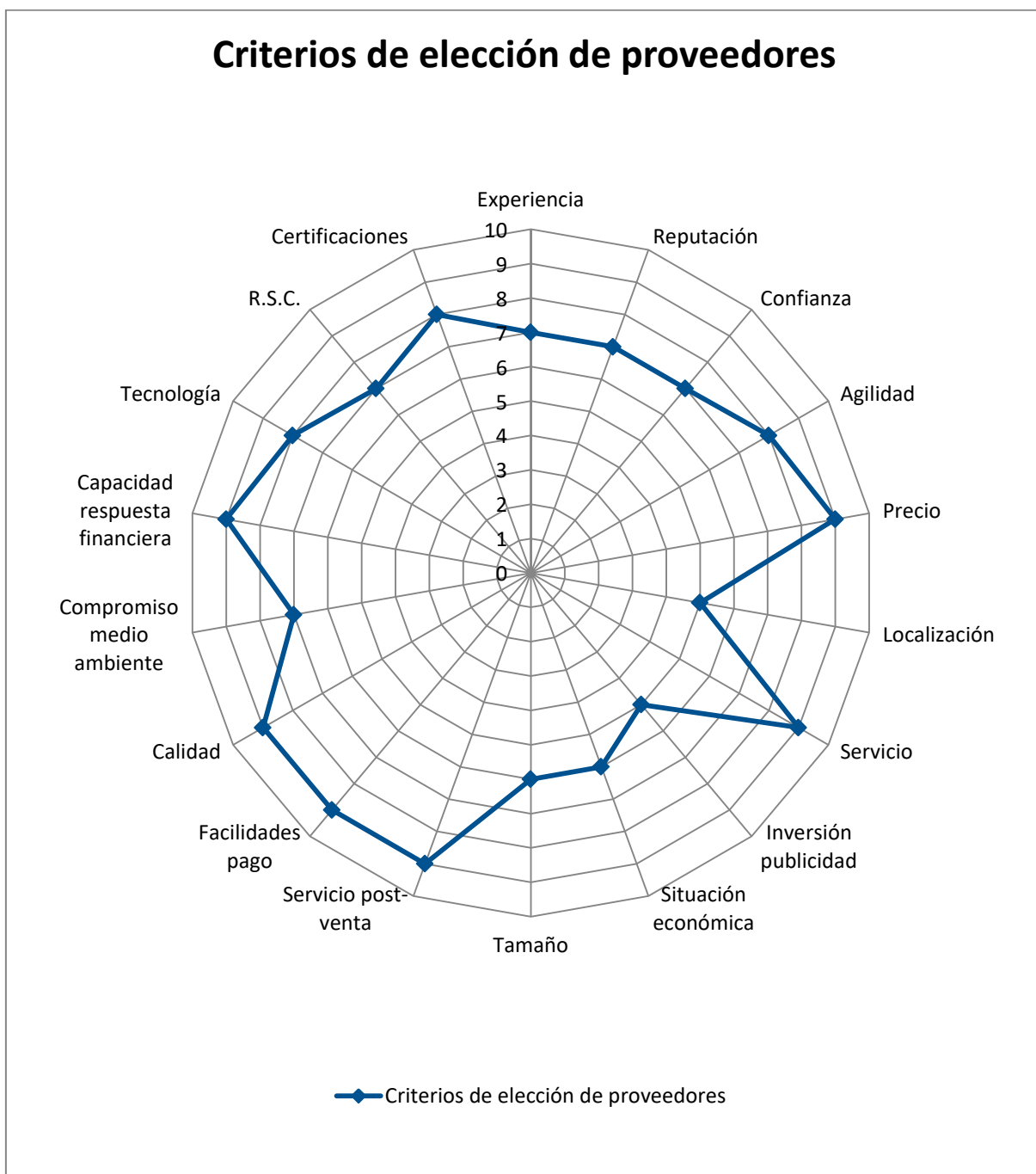


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 71. Criterios de elección ET08.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importante son la localización y la inversión en publicidad. Los factores mejor valorados son el precio, el servicio, el servicio post-venta, las facilidades de pago, la calidad y la capacidad de respuesta financiera.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (acero) tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas proveedoras de acero.

Las empresas de servicios eléctricos, de soldadura, de ensamblaje, de asesoría laboral y de mantenimiento informático tienen un poder de negociación bajo, ya que existen muchas empresas que llevan a cabo el mismo servicio.

Las empresas de corte de láser y plegado tienen un poder de negociación medio ya que existe una cantidad aceptable de empresas que realizan estos servicios pero no todas cumplen con las especificaciones de la empresa tractora.

Por otro lado, los proveedores del servicio de galvanizado tienen un alto poder negociador, ya que existen pocas empresas que ofrezcan ese producto. Asimismo, las empresas de evaluación de soldadores tienen un alto poder de negociación, pues no hay muchas empresas que realicen ese servicio.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET08, al tener como actividad principal es la fabricación de elementos de electrificación ferroviaria, sus necesidades de materias primas son de acero, las cuales son necesarias para la realización de su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son de galvanizados, corte de láser y plegados, servicio eléctrico, mantenimiento informático, soldadura y ensamblaje, transporte, asesoría laboral y evaluación de soldadores y cálculo de productos en proveedores.



Tabla 29. Necesidades presentes ET08.

Necesidades presentes

98

Necesidades presentes	
Materias primas	Acero
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Galvanizados, corte de láser y plegados, servicio eléctrico, mantenimiento informático, soldadura y ensamblaje
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asesoría laboral
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Evaluación de soldadores y cálculo de productos en proveedores
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET09

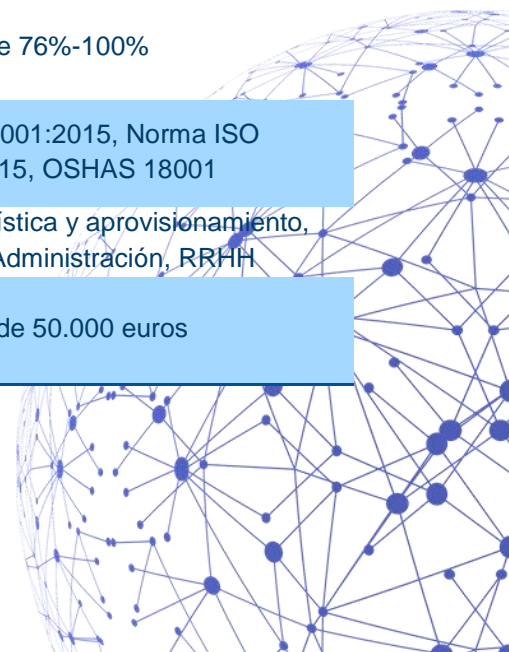
Principales características de la empresa

La empresa ET09 es una Sociedad Anónima. Su actividad principal es la prestación de servicios auxiliares y de limpieza.

100

Tabla 30. Características ET09.

Características	
Código de la empresa	ET09
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-232465XX
CNAE	8121
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Más de 250 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Regional
% ventas en Jaén	Entre 76%-100%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, OSHAS 18001
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Producción, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

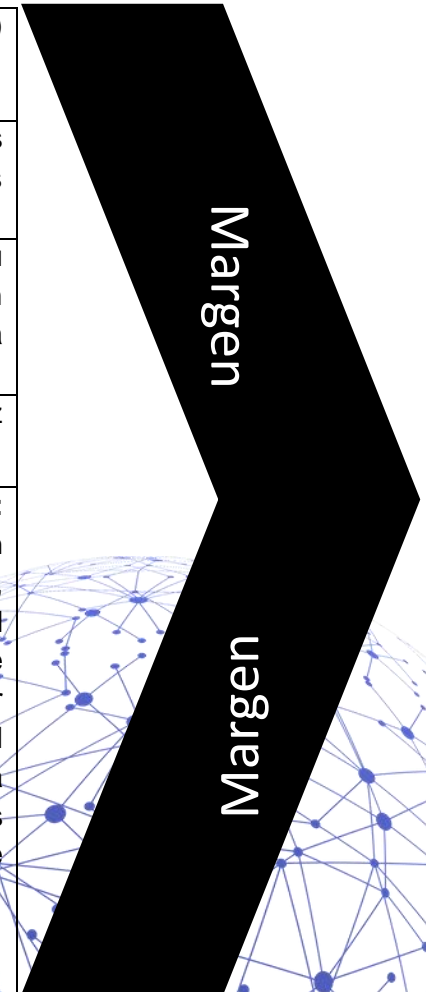


Definición de su cadena de valor

Tabla 31. Cadena de valor ET09.

101

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (material de limpieza, utensilios y maquinaria) para la realización de su actividad principal.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa incorpora nuevas tecnologías e innovaciones continuamente en sus diferentes servicios auxiliares y de limpieza (limpieza convencional, limpieza de industrias, fábricas, auxiliares, limpieza de centros sanitarios, lavandería e higienización y servicios de limpieza especiales).</p>				
<p>Recursos humanos: La empresa cuenta con unas importantes políticas para favorecer el desarrollo y formación de su personal. Su selección la lleva a cabo el departamento de recursos humanos a través de convenios de colaboración con colectivos y universidades. Además, en algunas ocasiones la empresa recurre a empresas especializadas para la selección del personal.</p>				
<p>Infraestructura: La empresa cuenta con una oficina física en la que tiene presencia para los clientes, y que sirve a su vez para la correcta organización y planificación de la ejecución de los servicios.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada de material de limpieza, utensilios y maquinaria para la realización de su servicio final (limpieza).</p>	<p>Producción: Comprende las actividades de utilización de las materias primas (material de limpieza, utensilios y maquinaria) en su servicio final (limpieza).</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el reparto de productos de limpieza al lugar del servicio tanto de forma interna, como empresas de transporte contratadas por la misma, para agilizar la prestación de los servicios.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, por radio, redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube, además de otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa cuenta con una política de calidad, a través de la cual dirige su sistema de gestión para cumplir con la satisfacción del cliente. La empresa también atiende los posibles defectos de sus servicios finales.</p>

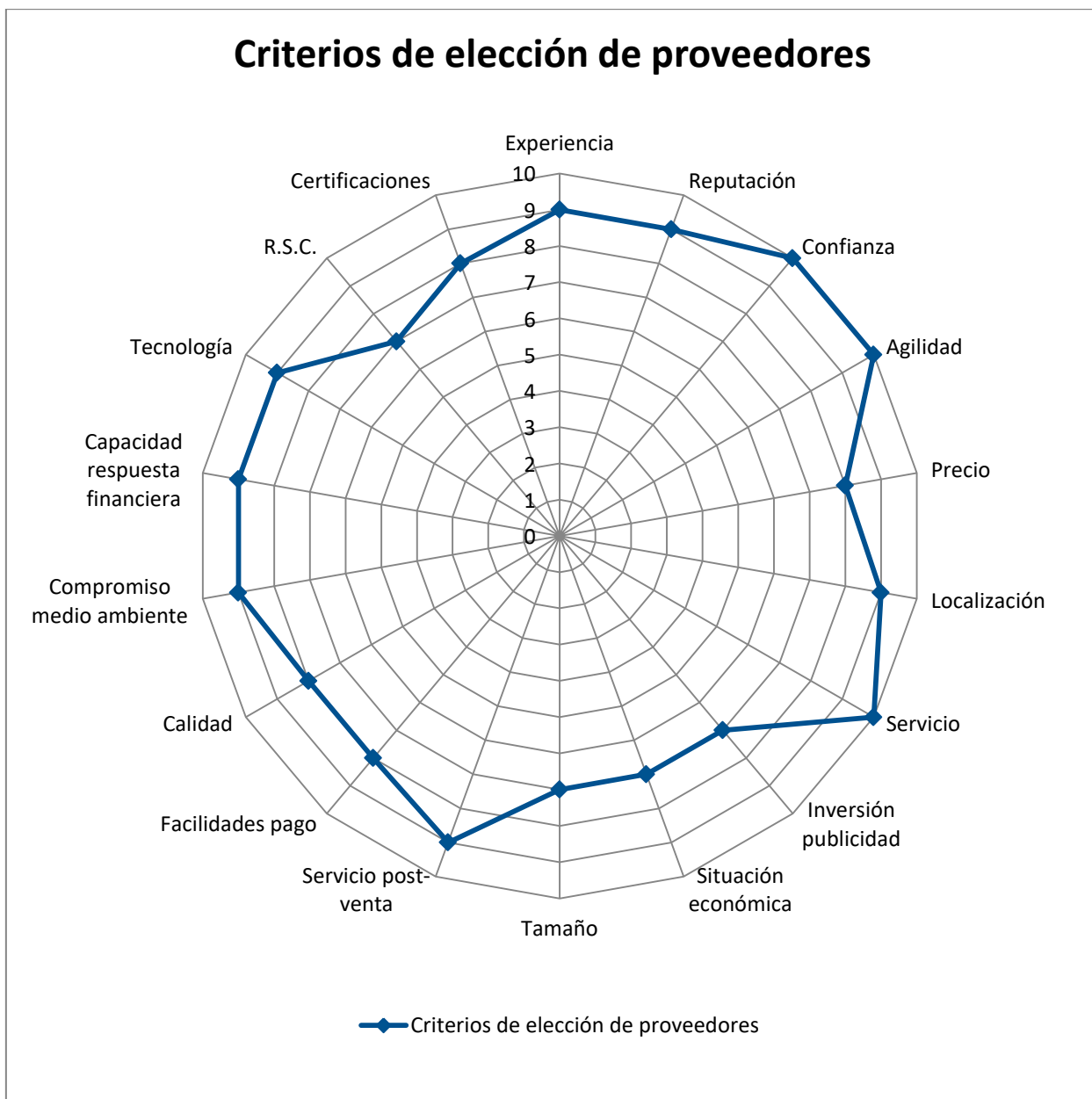


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 72. Criterios de elección ET09.



Para la empresa todos los factores propuestos son de gran relevancia en su proceso de elección de proveedores, siendo los elementos mejor valorados son la confianza, la agilidad y el servicio.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (material de limpieza, utensilios y maquinaria) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Las empresas de reparación de maquinaria de limpieza tienen un alto poder negociador, ya que pocas empresas ofrecen ese servicio.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET09, al tener como actividad principal es el servicio de limpieza, sus necesidades de materias primas son de material de limpieza, utensilios y maquinaria, las cuales son necesarias para la realización de su servicio final.

Las demás necesidades de la empresa son de reparación de maquinaria y equipos necesarios para la prestación de los distintos servicios que ofrece.

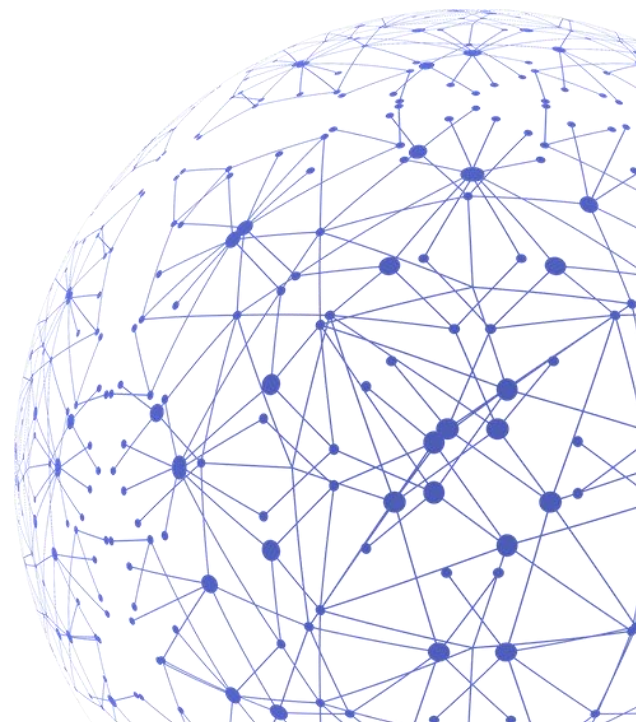
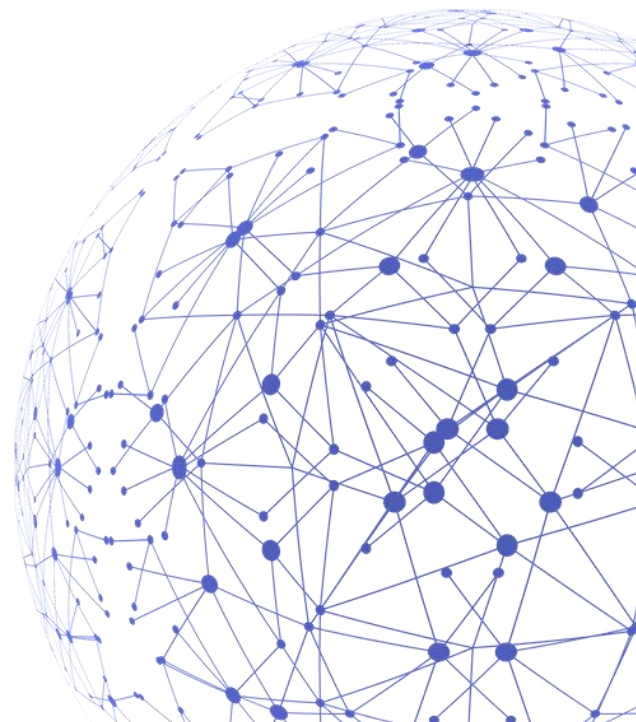


Tabla 32. Necesidades presentes ET09.

Necesidades presentes

104

Materias primas	Material de limpieza, utensilios y maquinaria
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Reparación de maquinaria
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Radio
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Irrelevante
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET10

Principales características de la empresa

La empresa ET10 es una Sociedad Anónima. Su actividad principal es la comercialización de todo tipo de aceites, su fabricación y envasado y compra de materias primas.

Tabla 33. Características ET10.

Características	
Código de la empresa	ET10
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-230500XX
CNAE	4633 y 1043
Sector	Primario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 10-49 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, ISO 22000, BRC, IFS, CA AGRICULTURA ECOLÓGICA
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Producción, Calidad, Comercial/Ventas, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Entre 50.000-200.000 euros

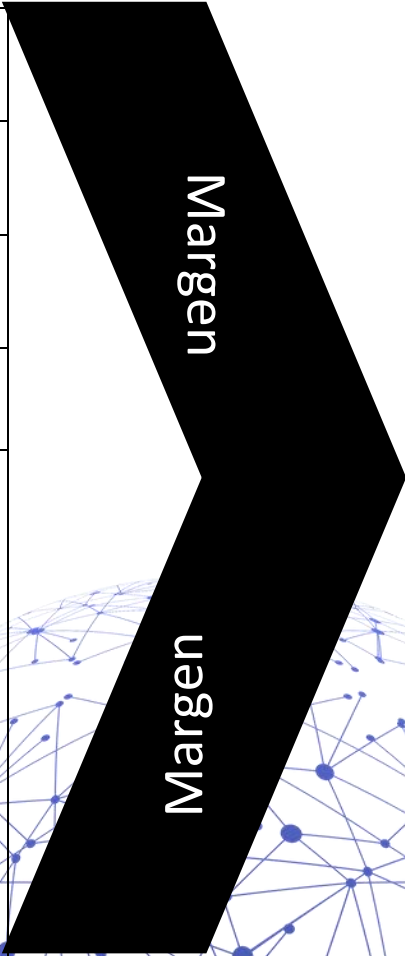


Definición de su cadena de valor

Tabla 34. Cadena de valor ET10.

107

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (aceite y aceituna, envases de plástico, etiquetas, latas, capsulas, miniaturas de aceite, palet, cajas de cartón y tapón) de sus proveedores para la realización de su actividad principal.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa dispone de un completo departamento de I+D+i, dentro del cual se encuentra su propio laboratorio para la mejora de la calidad del producto. Además, la empresa participa en un proyecto el cual tienen el objetivo de la obtención de nuevos aceites de oliva y nuevos ingredientes con propiedades nutraceuticas.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de asesoría fiscal, prevención de riesgos laborales y formación. Con respecto a la infraestructura física, cuenta con dos almazaras, así como unas instalaciones de envasado, laboratorio y bodega.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada de aceite y aceituna, envases de plástico, etiquetas, latas, capsulas, miniaturas de aceite, palet, cajas de cartón y tapón para la realización de su producto final (fabricación, envasado y comercialización de todo tipo de aceites).</p>	<p>Producción: La aceituna pasa por la molienda para la obtención de una pasta fina que es batida para la extracción del aceite (separación del resto de componentes de la aceituna) y finaliza con el refinado del mismo.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega y transporte del producto final a los clientes, el cual lo lleva a cabo, tanto haciendo uso de la logística interna, con medios propios, como externos (contratación transporte).</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, redes sociales como Facebook y Twitter, además de otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa cuenta con una política de calidad. Dicha política atiende los posibles defectos de sus productos finales (aceites). Se tiene especial atención a que el producto lleve consigo las especificaciones de productos requeridas por su sistema de gestión.</p>



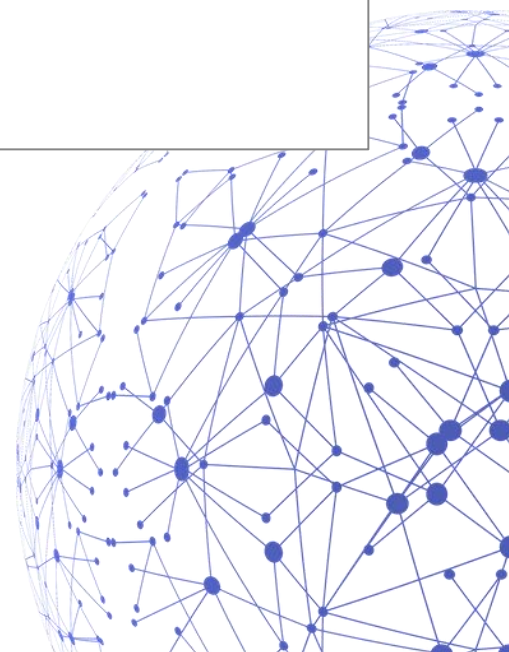
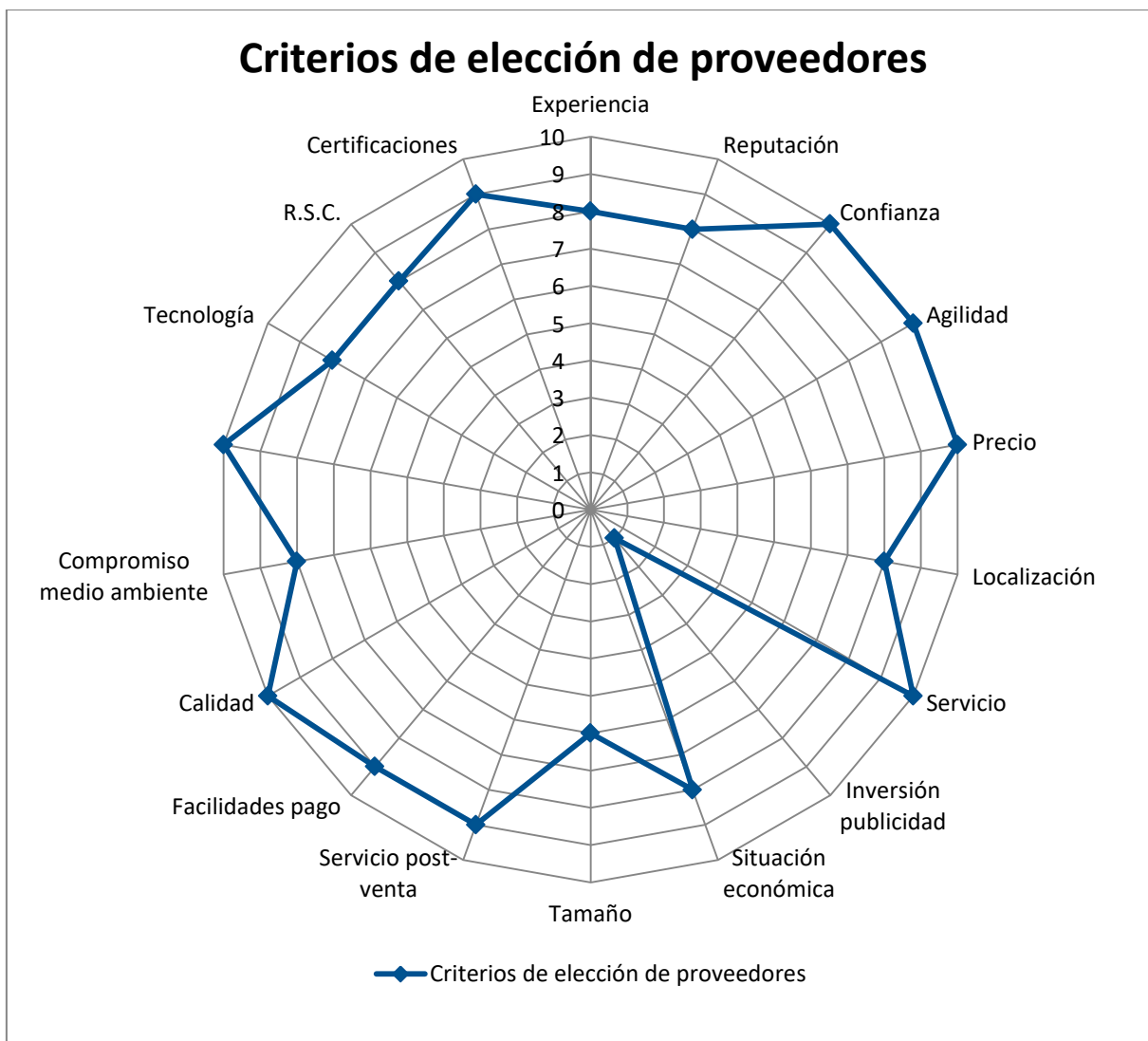
Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

108

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 73. Criterios de elección ET10.



El factor menos relevante para la empresa es la inversión en publicidad. Por otro lado, los factores mejor valorados son la confianza, la agilidad, el precio, el servicio, la calidad y la capacidad de respuesta financiera.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (aceite y aceituna, envases de plástico, etiquetas, latas, capsulas, miniaturas de aceite, palet, cajas de cartón y tapón) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Las empresas de mantenimiento de maquinaria de almazaras tienen un alto poder de negociación, pues pocas empresas prestan este servicio, además de que es un servicio fundamental para el funcionamiento de la empresa.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Las empresas de marketing online tienen un poder de negociación bajo, ya que existen muchas empresas que realizan ese mismo servicio y con las mismas características

Las empresas que ofrecen el servicio de diseño gráfico tienen un poder negociador bajo, ya que muchas empresas ofrecen ese servicio.

Los proveedores del servicio de asesoría tanto legal como administrativa tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Los cursos de formación en riesgos laborales tienen un menor poder de negociación que los cursos de formación en almazara, ya que hay más empresas que ofrecen los primeros que los segundos.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET10, al tener como actividad principal la comercialización de todo tipo de aceites, su fabricación y envasado y compra de materias primas, sus necesidades de materias primas son de aceite y aceituna, envases de plástico, etiquetas, latas, capsulas, miniaturas de aceite, palet, cajas de cartón y tapón.

Las demás necesidades de la empresa son de mantenimiento de maquinaria, transporte, marketing online y diseño gráfico y asesoría fiscal, prevención de riesgos laborales y formación.

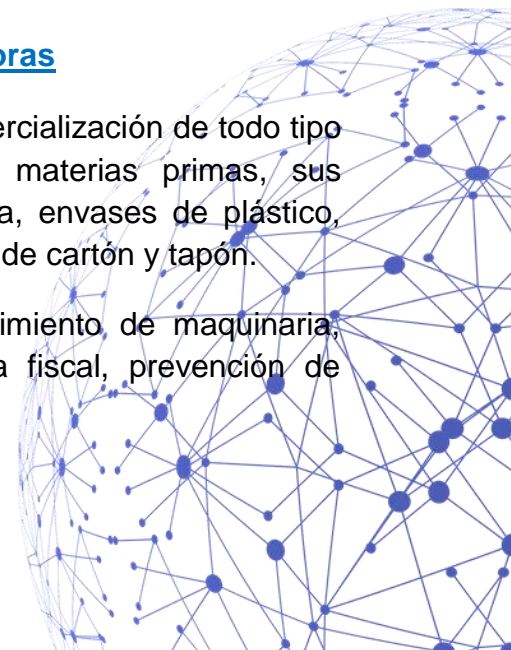


Tabla 35. Necesidades presentes ET10.

Necesidades presentes

110

Materias primas	Aceite y aceituna, envases de plástico, etiquetas, latas, capsulas, miniaturas de aceite, palet, cajas de cartón y tapón
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Mantenimiento
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Marketing online y diseño gráfico
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asesoría fiscal, prevención de riesgos laborales y formación
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET11

Principales características de la empresa

La empresa ET11 es un grupo empresarial. La actividad principal de sus empresas es la de fabricación de fertilizantes naturales, así como la prestación de servicios integrales agrícolas, especializada en olivar.

Tabla 36. Características ET11.

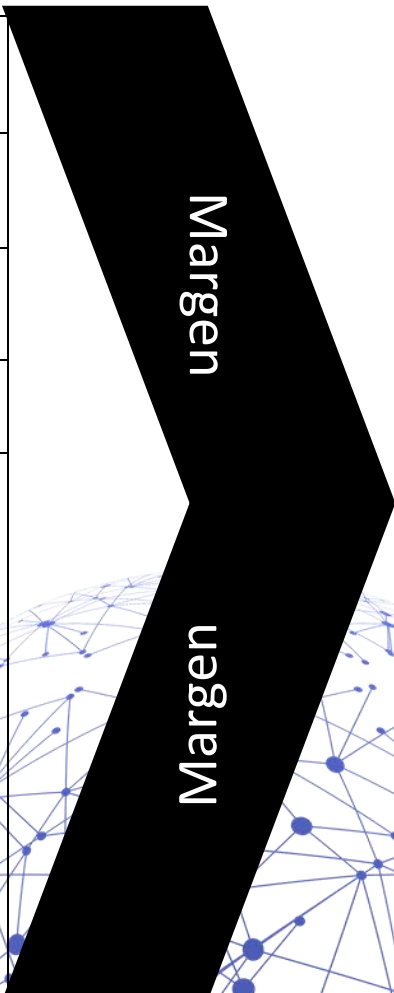
Características	
Código de la empresa	ET11
Forma jurídica	Grupo empresarial
CIF	B-236829XX
CNAE	4675
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, ABVA, CERTIFICACIONES INTERNACIONALES
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Entre 50.000-200.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 37. Cadena de valor ET11.

113

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (carnaza del vacuno (capa de proteína de animal), envase rígido para líquidos, cartón, etiquetas y bolsa de aluminio) para la realización de su actividad principal que es la obtención de fertilizantes naturales, así como la prestación de servicios de asesoramiento agrícola.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa dispone de un completo departamento de I+D+i, dentro del cual se encuentra su propio laboratorio para la mejora de la calidad del producto, así como el desarrollo de nuevas propiedades para el mismo.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de asesoría fiscal, prevención de riesgos laborales y formación.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada de proteínas animales, envase rígido para líquidos, cartón, etiquetas y bolsa de aluminio para la fabricación de sus productos finales, así como los medios necesarios para la prestación de servicios auxiliares agrícolas.</p>	<p>Producción: La empresa se dedica a la fabricación de fertilizantes, tanto para cultivo agrícola, como para cultivo de jardinería, así como la prestación de servicios agrícolas.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes (mayoristas, distribuidores o consumidores finales) y transporte.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, redes sociales como Facebook y Twitter, además de otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa mantiene un seguimiento de los clientes para obtener información sobre los productos. Además la empresa también los posibles defectos de sus productos finales (fertilizantes).</p>

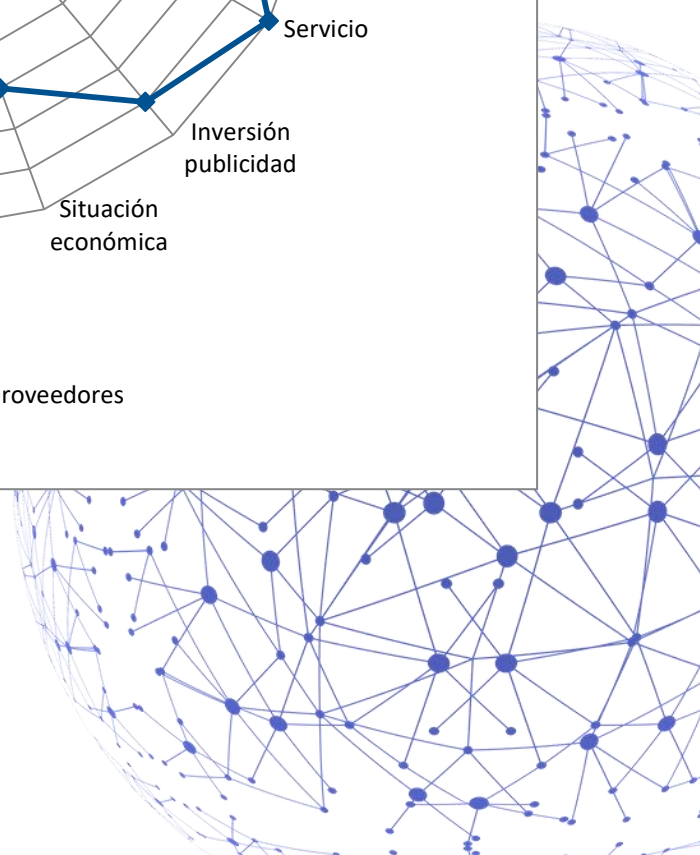
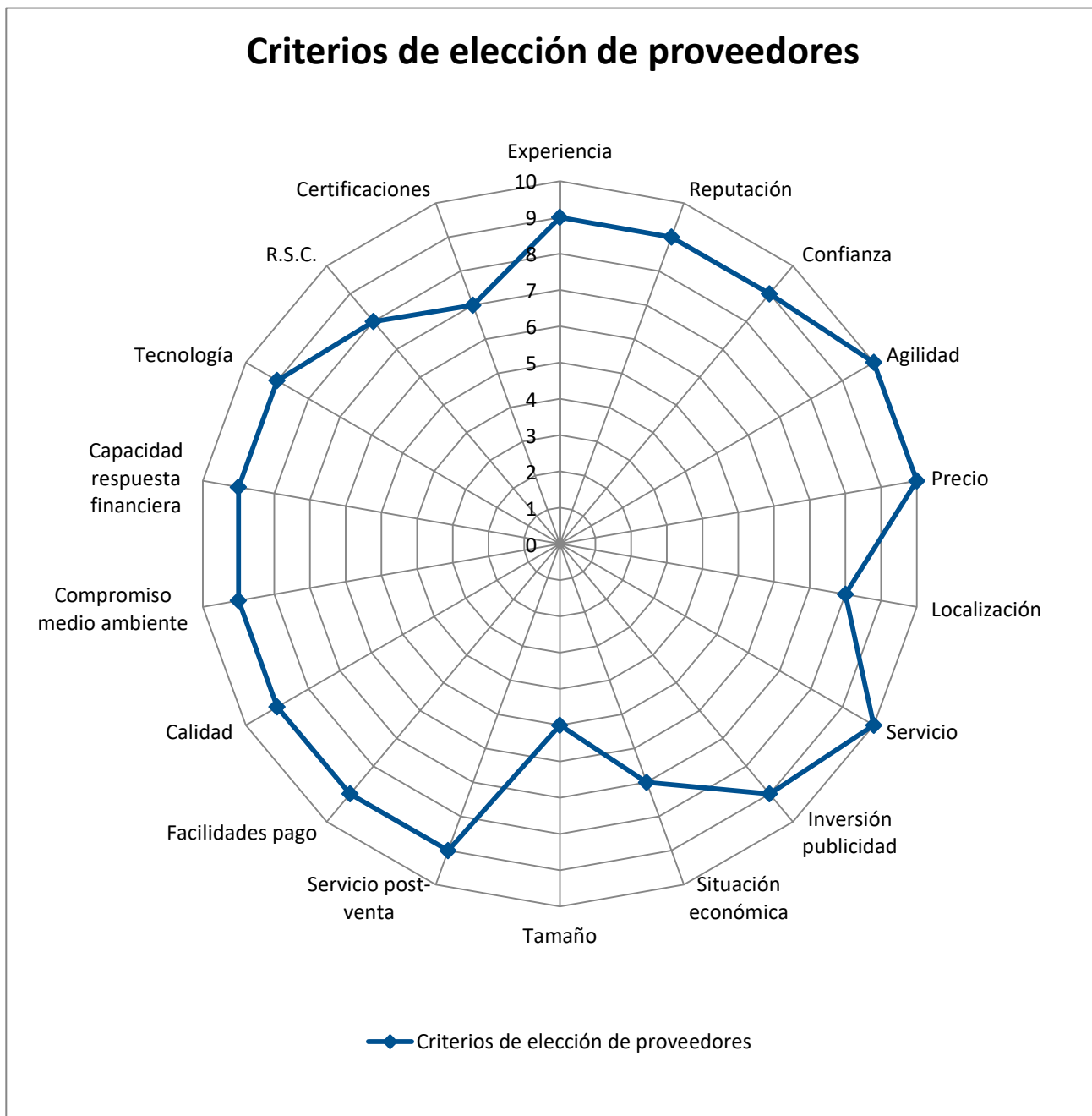


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 74. Criterios de elección ET11.



El factor que la empresa ha señalado como menos importante a la hora de escoger proveedor es el tamaño. Los factores mejor valorados son la agilidad, el precio y el servicio.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (carnaza del vacuno (capa de proteína de animal), tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas proveedoras de esa materia prima tan específica. Por su parte, con respecto a otros productos como envases rígidos para líquidos, cartón, etiquetas y bolsa de aluminio, tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Las empresas que ofrecen el servicio de análisis agrario y control de calidad tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas que realicen este servicio, además de ser un servicio imprescindible para el buen funcionamiento de la empresa.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Las empresas que ofrecen los diferentes servicios de marketing y diseño gráfico, web, papelería tienen un bajo poder negociador, ya que muchas empresas ofrecen esos mismos servicios.

Los proveedores del servicio de estrategia empresarial y asesoría tanto fiscal como contable tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET11, al tener como actividad principal la fabricación de fertilizantes, tanto para cultivo agrícola como para cultivo de jardinería, sus necesidades de materias primas son de carnaza del vacuno (capa de proteína de animal), envases rígidos para líquidos, cartón, etiquetas y bolsa de aluminio, las cuales son necesarias para la realización de su servicio final.

Las demás necesidades de la empresa son de laboratorio de análisis agrario y control de calidad y transporte con reporte de Italia, logística y distribución con plataforma, marketing y diseño gráfico, web, papelería, merchandising, estrategia empresarial y asesoría tanto fiscal como contable, asesor en biotecnología y feromonas.

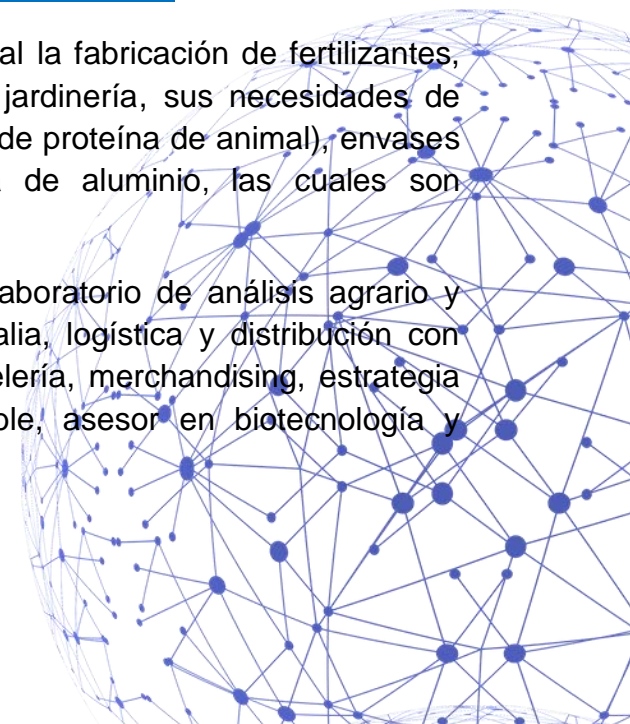
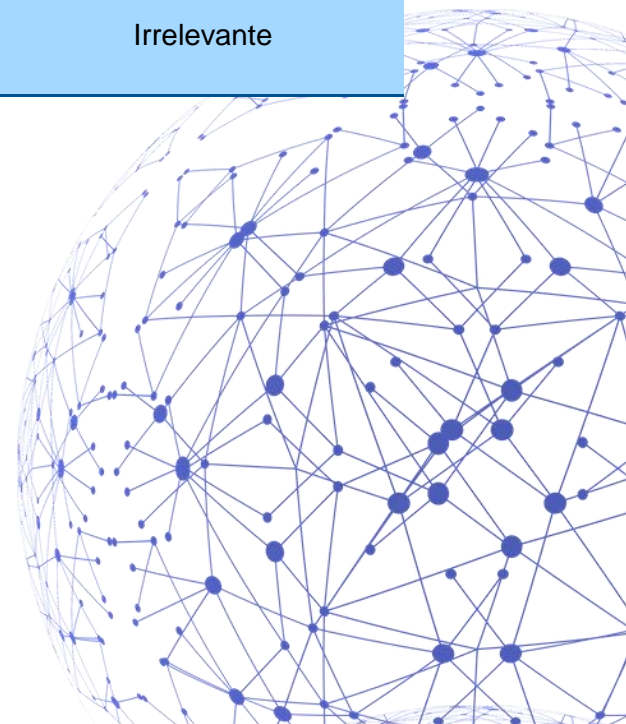


Tabla 38. Necesidades presentes ET11.

Necesidades presentes

116

Materias primas	Carnaza del vacuno (capa de proteína de animal), envase rígido para líquidos, cartón, etiquetas y bolsa de aluminio
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Laboratorio de análisis agrario y control de calidad y transporte con reporte de Italia
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Irrelevante
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Logística y distribución con plataforma
Actividades de ventas y marketing	Marketing y diseño gráfico, web, papelería y merchandising
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Estrategia empresarial y asesoría fiscal y contable
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Asesor científico, biotecnología y asesor en feromona
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET12

Principales características de la empresa

La empresa ET12 es una Sociedad Cooperativa. La actividad principal es la elaboración, envasado y comercialización de aceite de oliva virgen extra.

118

Tabla 39. Características ET12.

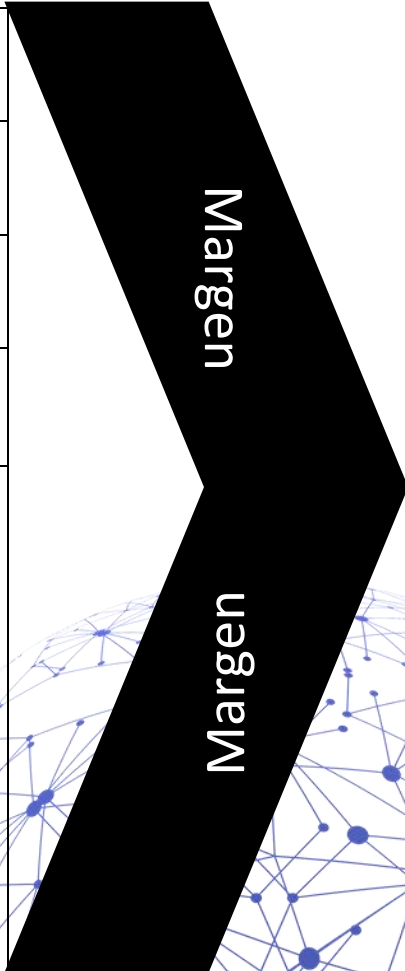
Características	
Código de la empresa	ET12
Forma jurídica	Sociedades Cooperativas
CIF	F-230093XX
CNAE	1542
Sector	Primario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 10-49 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015
Áreas funcionales	Producción, Calidad, Comercial/Ventas, Administración
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 40. Cadena de valor ET12.

119

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (aceite, embalajes y envases, etiquetado, vidrio y latas) para la realización de su actividad principal, que es la producción de aceite de oliva.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa dispone de un laboratorio con la finalidad para la mejora de sus productos, a parte de la posibilidad de obtener otros nuevos y de mejor calidad.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de asesoría fiscal y laboral y formación. En lo referente a su infraestructura física, la empresa cuenta con una almazara, así como una línea de envasado de aceite de oliva.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada de aceite, embalajes y envases, etiquetado, vidrio y latas para la realización de su producto final (elaboración, envasado y comercialización de aceite de oliva virgen extra).</p>	<p>Producción: La aceituna pasa por la molienda para la obtención de una pasta fina que es batida para la extracción del aceite (separación del resto de componentes de la aceituna) y finaliza con el refinado del mismo.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes (mayoristas, distribuidores o consumidores finales) y transporte del mismo.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, redes sociales como Facebook y Twitter, además de otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa cuenta con una política de calidad. Dicha política atiende los posibles defectos de sus productos finales (aceites).</p>

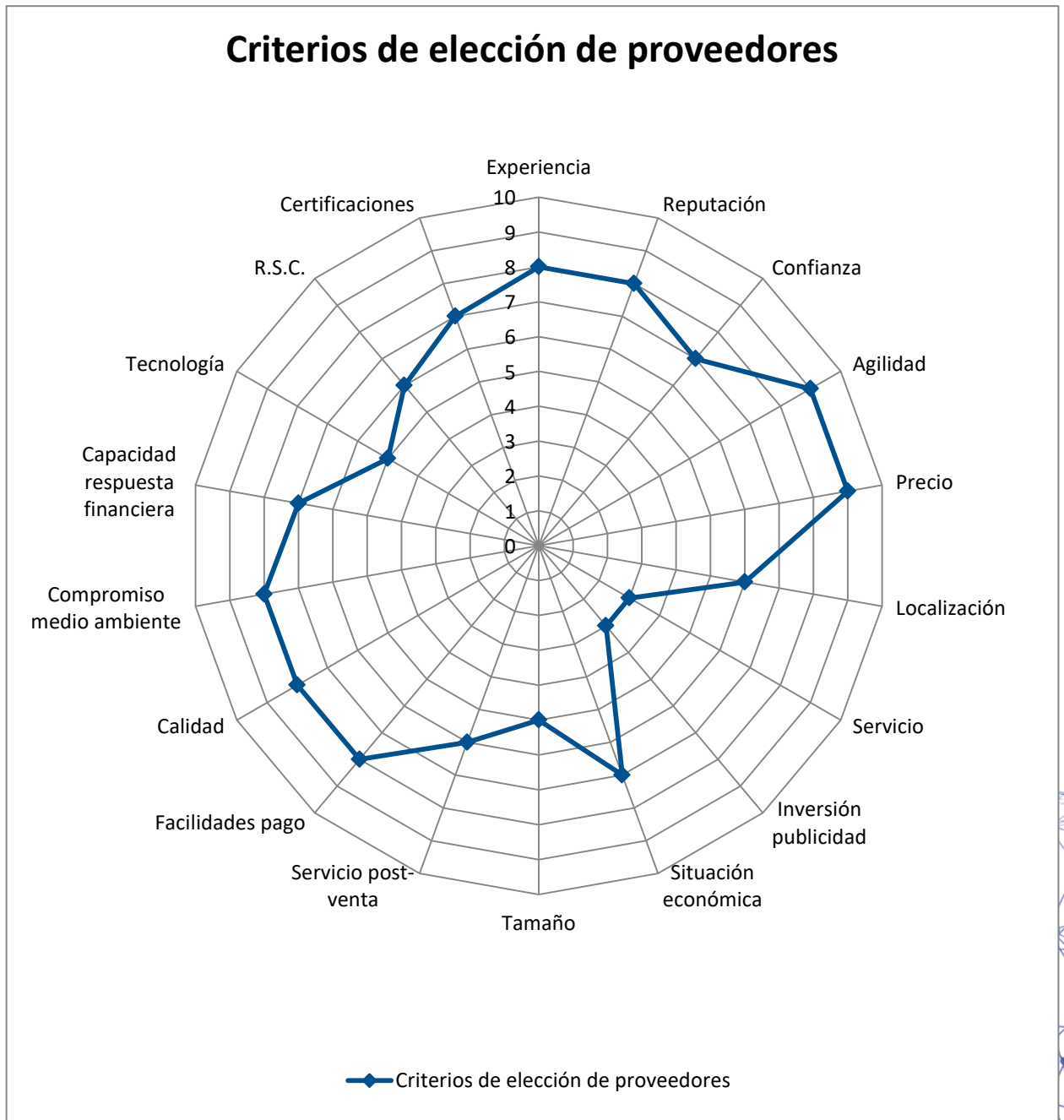


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 75. Criterios de elección ET12.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son el servicio y la inversión en publicidad. Sin embargo, los factores mejor valorados son la agilidad y el precio.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (aceite, embalajes y envases, etiquetado, vidrio y latas) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Las empresas de envases (tarrinas) tienen un poder de negociación bajo, ya que muchas empresas ofrecen ese tipo de producto.

Las empresas proveedoras de maquinaria agrícola tendrían un bajo poder negociador, pues hay muchas empresas que ofrecen el mismo servicio.

Las empresas de automatismos y pesaje si tienen un alto poder negociador, pues pocas empresas ofrecen estos servicios.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Las empresas que ofrecen los servicios de web tienen un bajo poder negociador, ya que muchas empresas ofrecen esos mismos servicios.

Los proveedores del servicio de asesoría tanto fiscal como laboral tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET12, al tener como actividad principal la elaboración, envasado y comercialización de aceite de oliva, sus necesidades de materias primas son de aceite, embalajes y envases, etiquetado, vidrio y latas, las cuales son necesarias para la realización de su producto final. Aunque el aceite es su principal materia prima, no demanda la compra externa de aceituna, ya que esta es producido por sus propios socios.

Las demás necesidades de la empresa son de envasado en tarrinas, maquinaria agrícola, pesaje, automatismos y electricidad, transporte, web, asesoría fiscal y laboral actividades relacionadas con formación para los empleados de la empresa.

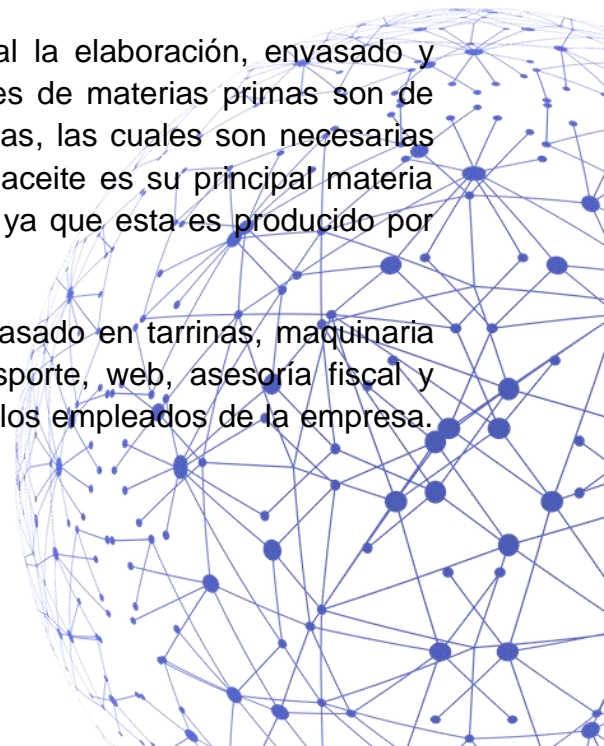


Tabla 41. Necesidades presentes ET12.

Necesidades presentes

122

Materias primas	Embalajes y envases, etiquetado, vidrio y latas
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Envasado en tarrinas, maquinaria agrícola, pesaje, automatismos y electricidad
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Página web
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asesor fiscal y laboral y formación
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET13

Principales características de la empresa

La empresa ET13 es una Sociedad Anónima. La actividad principal es la fabricación y comercialización de cerveza.

124

Tabla 42. Características ET13.

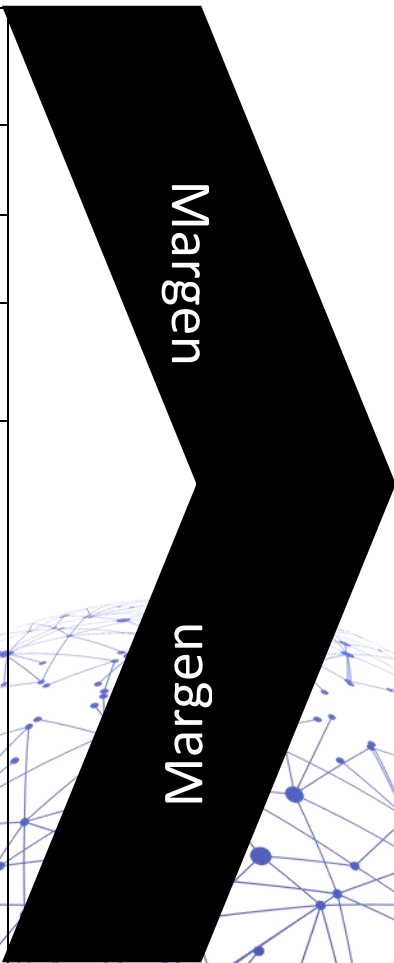
Características	
Código de la empresa	ET13
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-280060XX
CNAE	1105
Sector	Primario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Más de 250 trabajadores/as
Facturación	Más de 50 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	Entre 76%-100%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, BRC, LABERTAR
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Comercial/Ventas, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Más de 500.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 43. Cadena de valor ET13.

125

Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (malta, maíz, lúpulo, gas (caldera), productos químicos (limpieza), vidrio, cajas de cartón, barriles y agua) para la realización de su actividad principal que es la fabricación de cerveza.				
Desarrollo tecnológico: La empresa dispone de excelente tecnología para la gestión de procesos, para poder abordar programas de mejora de la productividad industrial, así como para el desarrollo de nuevos productos.				
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, además de la política de retribución.				
Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de asuntos legales. En lo referente a <i>infraestructuras físicas</i> , la empresa cuenta con una fábrica instalada en Jaén, así como otros centros de producción en otros puntos de Andalucía y de la península.				
Logística interna: La empresa tramita la entrada de malta, maíz, lúpulo, gas (caldera), productos químicos (limpieza), vidrio, cajas de cartón, barriles y agua para la fabricación de su producto final (fabricación y comercialización de cerveza).	Producción: El cereal pasa por el proceso de malteo. Después se pasa el grano por molienda y maceración para obtener un mosto que se cuece y luego es fermentado. El proceso finaliza con la maduración y el embotellado de la cerveza.	Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes (mayoristas, distribuidores o consumidores finales) y transporte.	Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube y LinkedIn, además de otras formas de publicidad.	Servicio post-venta: La empresa cuenta con una política de calidad. Dicha política atiende los posibles defectos de sus productos finales (cerveza).

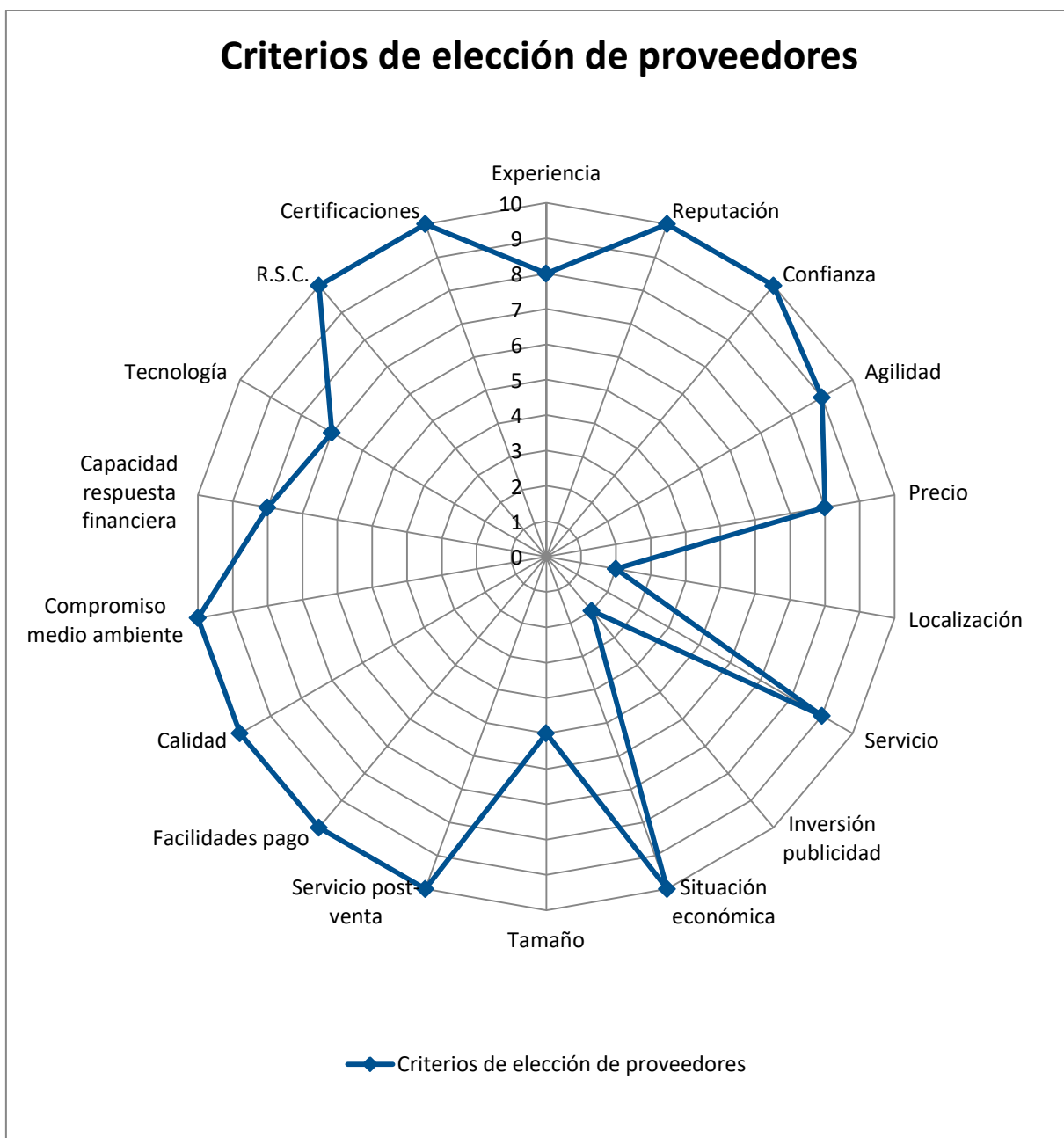


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 76. Criterios de elección ET13.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la localización y la inversión en publicidad. Los elementos mejor valorados para la contratación de un proveedor son la reputación, la confianza, la situación económica, el servicio post-venta, las facilidades de pago, la calidad, el compromiso con el medio ambiente, la responsabilidad social corporativa y las certificaciones.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (malta, maíz, lúpulo, gas (caldera), productos químicos (limpieza), vidrio, cajas de cartón, barriles y agua) tienen un alto poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Las empresas de mantenimiento de maquinaria tienen un alto poder de negociación, pues pocas empresas prestan este servicio en maquinaria especializada, además de que es un servicio fundamental para el funcionamiento de la empresa.

Las empresas de obra civil tienen un poder de negociación bajo, pues existen muchas empresas que realizan ese mismo servicio.

Las empresas de pintura tienen un poder de negociación bajo, ya que muchas empresas ofrecen ese mismo servicio.

Las empresas de automatismo si tienen un alto poder negociador, pues pocas empresas ofrecen estos servicios, debido a la importante automatización industrial de esta compañía.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Los proveedores del servicio de asesoría legal tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET13, al tener como actividad principal es la fabricación y comercialización de cerveza, sus necesidades de materias primas son de malta, maíz, lúpulo, gas (caldera), productos químicos (limpieza), vidrio, cajas de cartón, barriles y agua, las cuales son necesarias para la realización de su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son de mantenimiento de equipos, eléctricos, programación y automatismos, obra civil y pintura; transporte y asuntos legales.

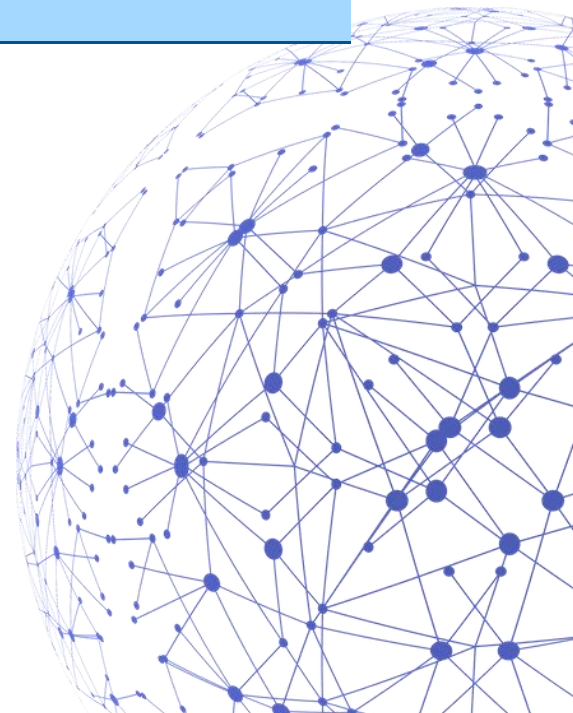


Tabla 44. Necesidades presentes ET13.

Necesidades presentes

128

Materias primas	Malta, maíz, lúpulo, gas (caldera), productos químicos (limpieza), vidrio, cajas de cartón, barriles y agua
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Mantenimiento de equipos, eléctricos, programación y automatismos, obra civil y pintura
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asuntos legales
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET14

Principales características de la empresa

La empresa ET14 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. La actividad principal en la elaboración, envasado y comercialización de aceite de oliva virgen extra.

130

Tabla 45. Características ET14.

Características	
Código de la empresa	ET14
Forma jurídica	Sociedad Limitada
CIF	B-235146XX
CNAE	104
Sector	Primario
Antigüedad	Ente 6-15 años
Número de trabajadores/as	Entre 10-49 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Entre 50.000-200.000 euros

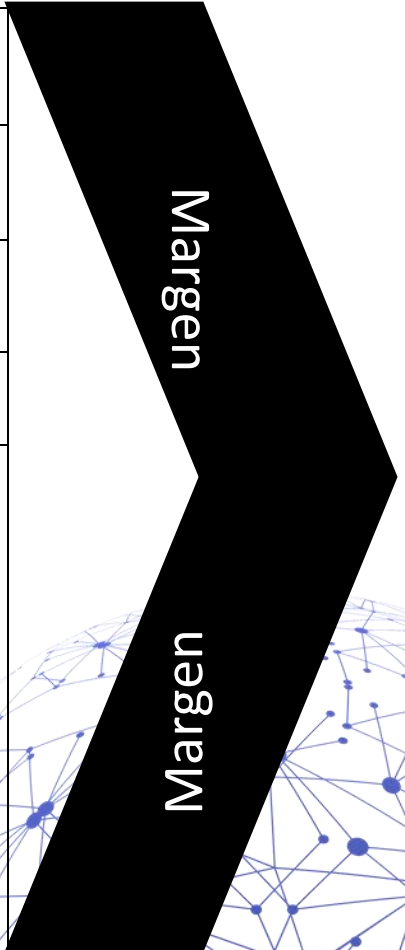


Definición de su cadena de valor

Tabla 46. Cadena de valor ET14.

131

Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (aceites esenciales y especias) para la realización de su actividad principal, que es la producción de aceite de oliva, así como otros productos derivados del aceite de oliva.				
Desarrollo tecnológico: La empresa realiza un proyecto de I+D, con el objetivo principal obtener aceitunas con una alta concentración de compuestos potencialmente saludables.				
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de formación del personal, además de la política de retribución.				
Infraestructura: En la infraestructura física, la empresa cuenta con una almazara en la provincia de Jaén, así como planta de envasado, y oficinas de comercialización.				
Logística interna: La empresa tramita la entrada de aceites esenciales y especias para la realización de su producto final (elaboración, envasado y comercialización de aceite de oliva virgen extra).	Producción: La aceituna pasa por la molienda para la obtención de una pasta fina que es batida para la extracción del aceite (separación del resto de componentes de la aceituna) y finaliza con el refinado del mismo.	Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes (mayoristas, distribuidores o consumidores finales) y transporte.	Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, redes sociales como Facebook, además de otras formas de publicidad.	Servicio post-venta: La empresa cuenta con una política de calidad. Dicha política atiende los posibles defectos de sus productos finales (aceites).

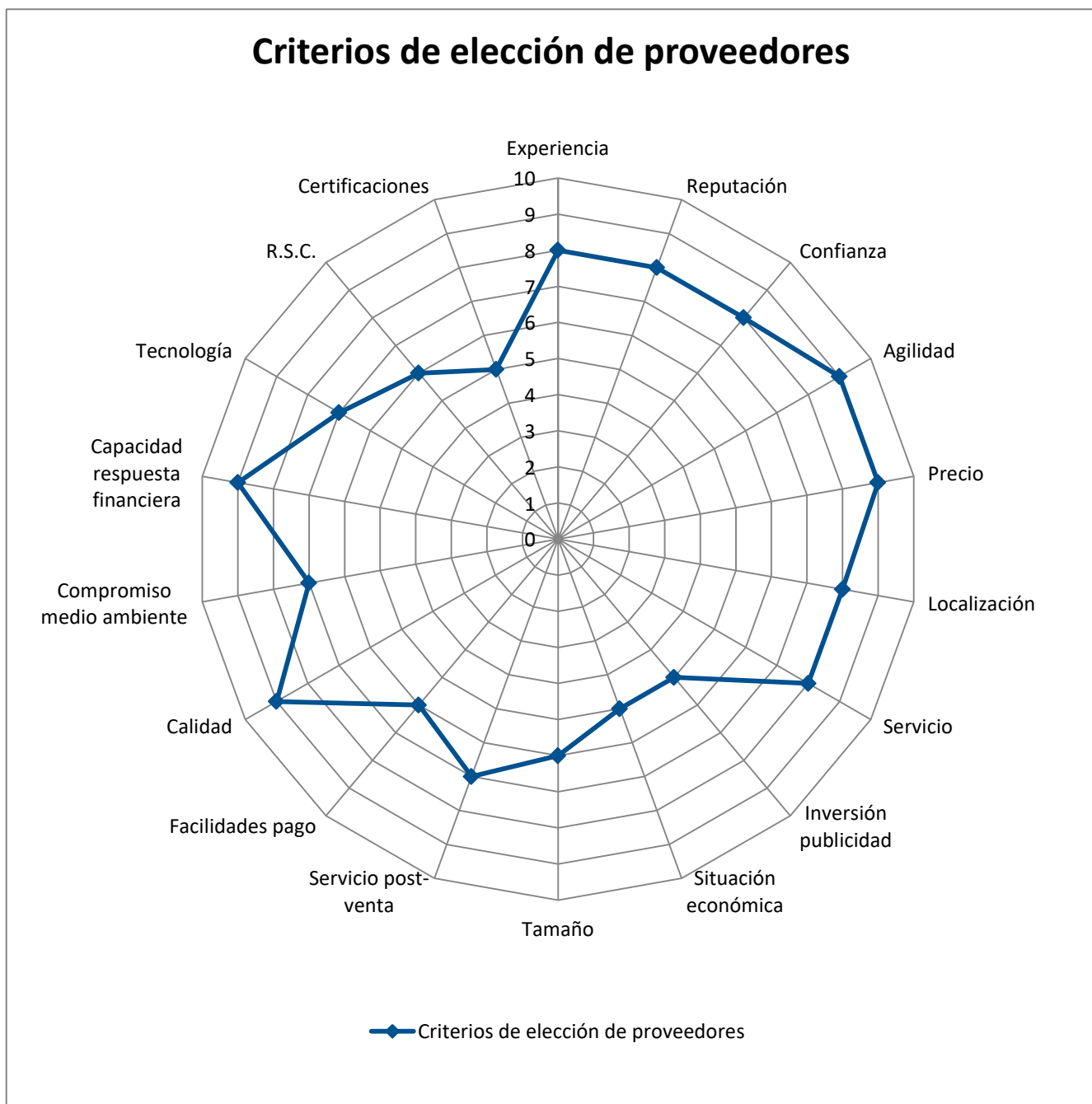


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 77. Criterios de elección ET14.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la inversión en publicidad, la situación económica y las certificaciones. Los factores mejor valorados son la agilidad, el precio, la calidad y la capacidad de respuesta financiera.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (aceites esenciales y especias) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Las empresas que ofrecen los diferentes servicios de marketing y diseño tienen un bajo poder negociador, ya que muchas empresas ofrecen esos mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET14, al tener como actividad principal es la elaboración, envasado y comercialización de aceite de oliva virgen extra, tiene que satisfacer unas necesidades de materias primas tales como aceites esenciales y especias, las cuales son necesarias para la realización de su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son de transporte, diseño y marketing.



Tabla 47. Necesidades presentes ET14.

Necesidades presentes	
Materias primas	Aceites esenciales y especias
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Irrelevante
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Diseño y marketing
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Irrelevante
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Irrelevante



Informe individual ET15

Principales características de la empresa

La empresa ET15 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. La actividad principal es el desarrollo, fabricación y comercialización de film de polipropileno.

Tabla 48. Características ET15.

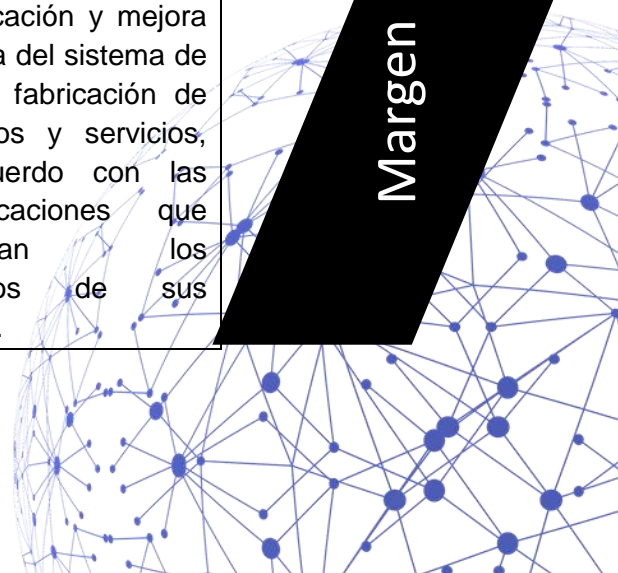
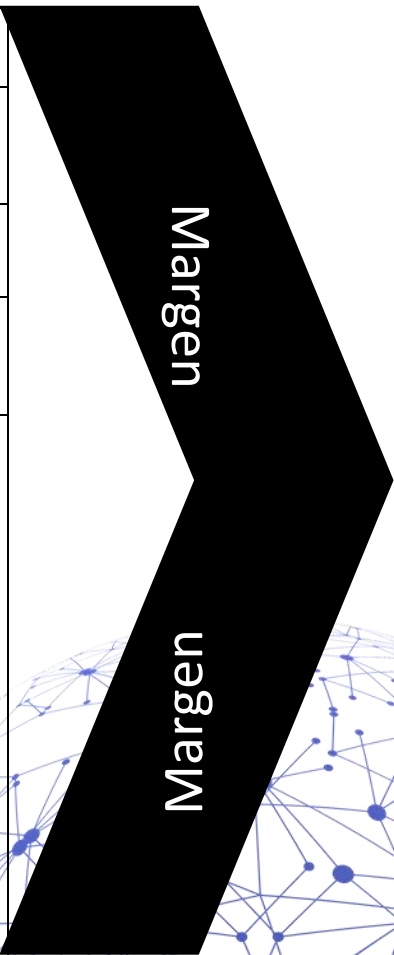
Características	
Código de la empresa	ET15
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B-825682XX
CNAE	2229
Sector	Secundario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Más de 50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, BRC
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Más de 500.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 49. Cadena de valor ET15.

137

Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias derivados del petróleo para la realización de su actividad principal.				
Desarrollo tecnológico: La empresa realiza un proyecto de I+D, con el objetivo principal de obtener nuevos productos con el uso de las materias primas, así como investigación sobre utilización de nuevos material en colaboración con centros tecnológicos.				
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de selección de personal y formación (idiomas), además de la política de retribución.				
Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de asesoría legal y fiscal y transitarios. Como <i>infraestructura física</i> , la empresa cuenta con una planta de fabricación en la provincia, así como otras sedes internacionales, al ser una empresa multinacional.				
Logística interna: La empresa tramita la entrada de derivados del petróleo para la fabricación de su producto final (desarrollo, fabricación y comercialización de film de prolipropileno), además del almacenamiento.	Producción: A través de la transformación de los derivados del petróleo la empresa obtiene granza de polietileno (producto intermedio), la cual se transforma en bobinas de film (producto final).	Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes (mayoristas, distribuidores o consumidores finales), además del almacenamiento y transporte.	Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube y Pinterest, además de otras formas de publicidad.	Servicio post-venta: La empresa cuenta con un política de calidad, con el propósito principal de garantizar la fabricación y mejora continua del sistema de calidad, fabricación de productos y servicios, de acuerdo con las especificaciones que satisfagan los requisitos de sus clientes.

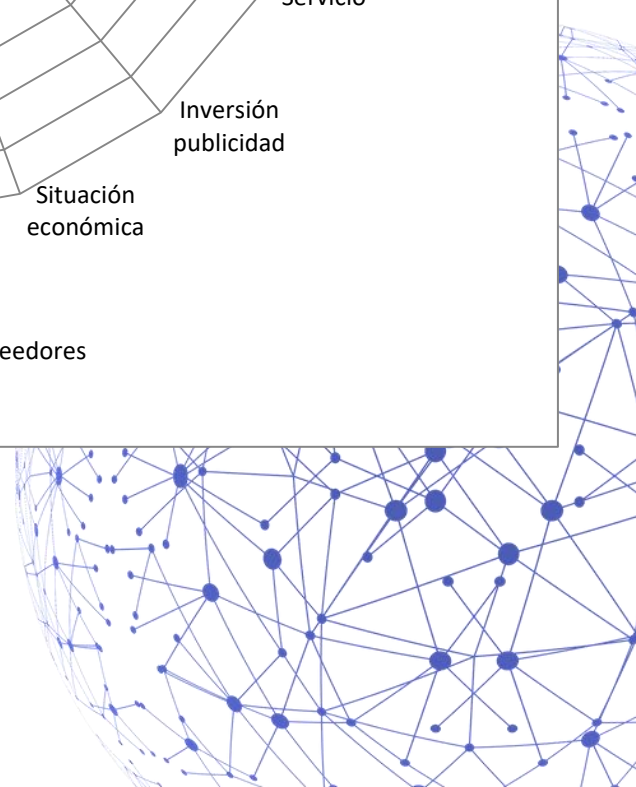
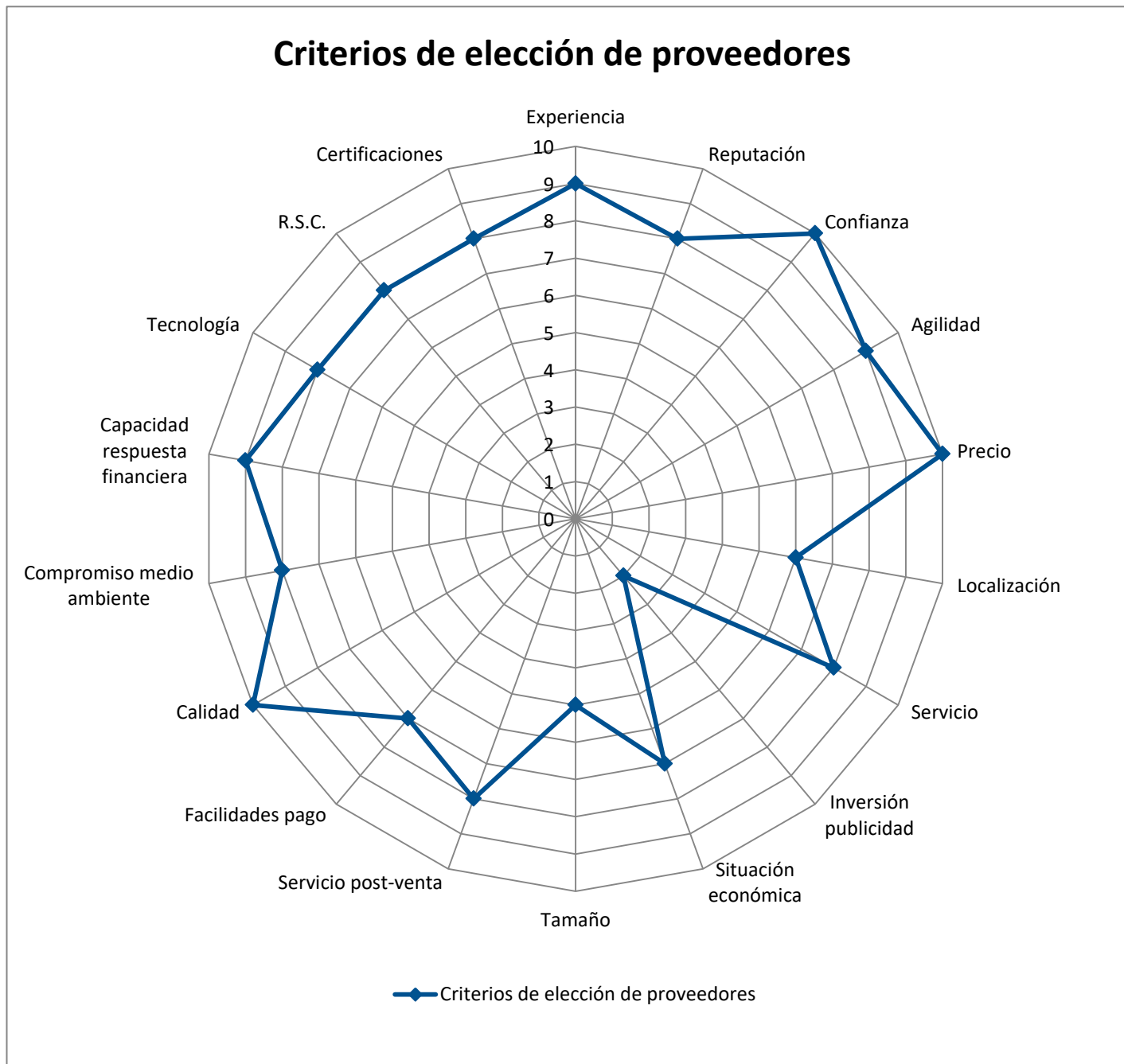


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 78. Criterios de elección ET15.



El factor que la empresa ha señalado como menos importante es la inversión en publicidad. Los factores mejor valorados son la confianza, el precio y la calidad.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (derivados del petróleo) tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas proveedoras y el producto es muy importante para el funcionamiento de la empresa.

Las empresas de servicio de logística interna tienen un bajo poder negociador, ya que existen muchas empresas que realizan ese mismo servicio.

Las empresas de ensamblaje tienen un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas que realizan el mismo servicio.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Las empresas de publicidad en ferias, radios y web tienen un poder de negociación bajo, ya que muchas empresas ofrecen los mismos servicios. Por el contrario, las de impresión de muestras tienen un poder de negociación alto, ya que pocas empresas realizan ese mismo servicio.

Los proveedores del servicio de formación de idiomas, de asesoría tanto legal como fiscal y de transitorios tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Las empresas de E.T.T. tienen un bajo poder de negociación, ya que existen una gran cantidad de empresas que ofrecen los mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET15, al tener como actividad principal es el desarrollo, fabricación y comercialización de film de polipropileno, sus necesidades de materias primas son de materiales de derivados del petróleo, las cuales son necesarias para la realización de su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son logística interna, embalaje y mantenimiento de equipos, logística externa, ferias, web, impresión de muestras, marketing y publicidad formación en idiomas, asesoría fiscal y legal y transitorios, colaboraciones con centros tecnológicos y selección de personal.

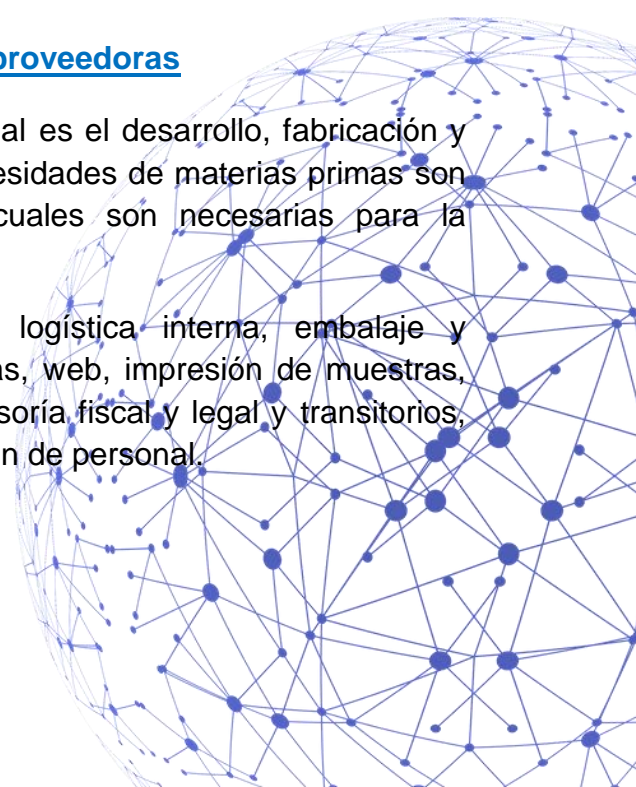
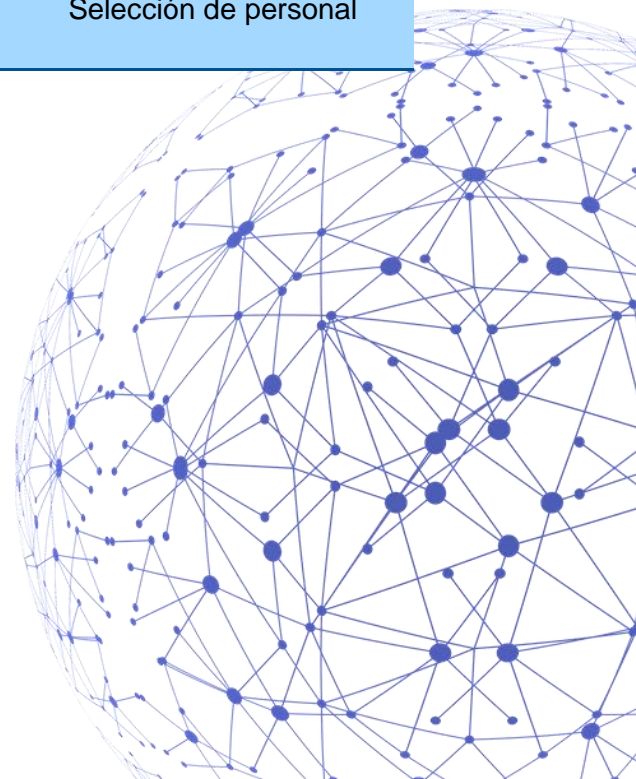


Tabla 50. Necesidades presentes ET15.

Necesidades presentes

140

Materias primas	Derivados del petróleo
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Logística interna (recepción y almacenamiento)
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Embalaje del producto y mantenimiento de equipos
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Logística, almacenamiento y transporte
Actividades de ventas y marketing	Ferias, página web, impresión de muestras, material de marketing y publicidad en revistas
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Formación de idiomas, asesoría legal y fiscal y transitorios
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Colaboraciones con centros tecnológicos
Actividades de recursos humanos	Selección de personal



Informe individual ET16

Principales características de la empresa

La empresa ET16 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. La actividad principal es el desarrollo, fabricación y comercialización de maquinaria para la decantación y centrifugación de productos líquidos.

142

Tabla 51. Características ET16.

Características	
Código de la empresa	ET16
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B-508152XX
CNAE	2893
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015
Áreas funcionales	Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

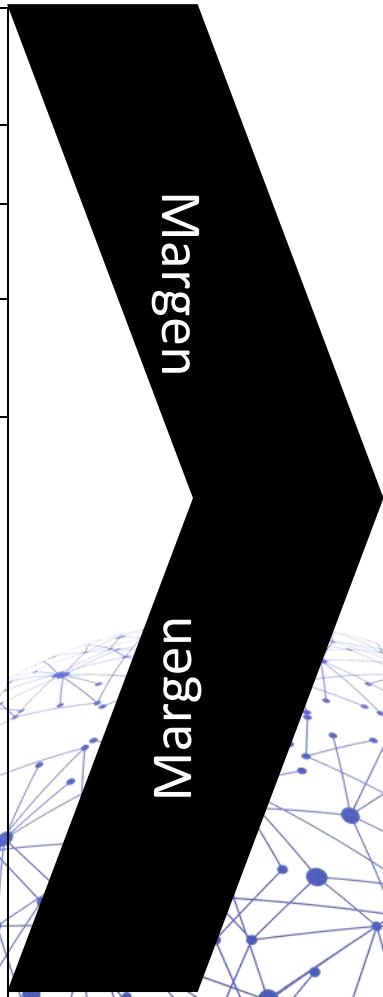


Definición de su cadena de valor

Tabla 52. Cadena de valor ET16.

143

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias (aceites y grasas para maquinaria agroalimentaria, rodamientos, acero, rodillos, oscilantes, electrodos y discos de radial, cónicos, tornillería, varillas roscadas, retenes, siliconas, grupilas y junta) para la realización de su actividad principal.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa realiza un proyecto de I+D, con el objetivo principal de mejorar tecnológicamente la maquinaria diseñada, en función de los distintos requerimientos impuestos por sus clientes.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma contrata el servicio de selección de personal (contratación) y personal de prácticas, además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de consultoría. Como <i>infraestructura física</i>, la empresa cuenta con una nave industrial, donde principalmente ofrece el servicio de mantenimiento y postventa de su maquinaria.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada y almacenamiento de aceites y grasas de agroalimentario, rodamientos, acero, rodillos, oscilantes, electrodos y discos de radial, cónicos, tornillería, varillas roscadas, retenes, siliconas, grupilas y juntas, además de su transporte.</p>	<p>Producción: La empresa se dedica a la fabricación de maquinaria para la decantación y filtrado de aceites de oliva, así como otros productos líquidos como el agua.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes, además del transporte a dicho cliente.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, además de otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa cuenta con un amplio servicio post-venta, el cual incluye asistencia técnica, repuestos, telecontrol, garantía y mantenimiento y una red de asistencia global.</p>

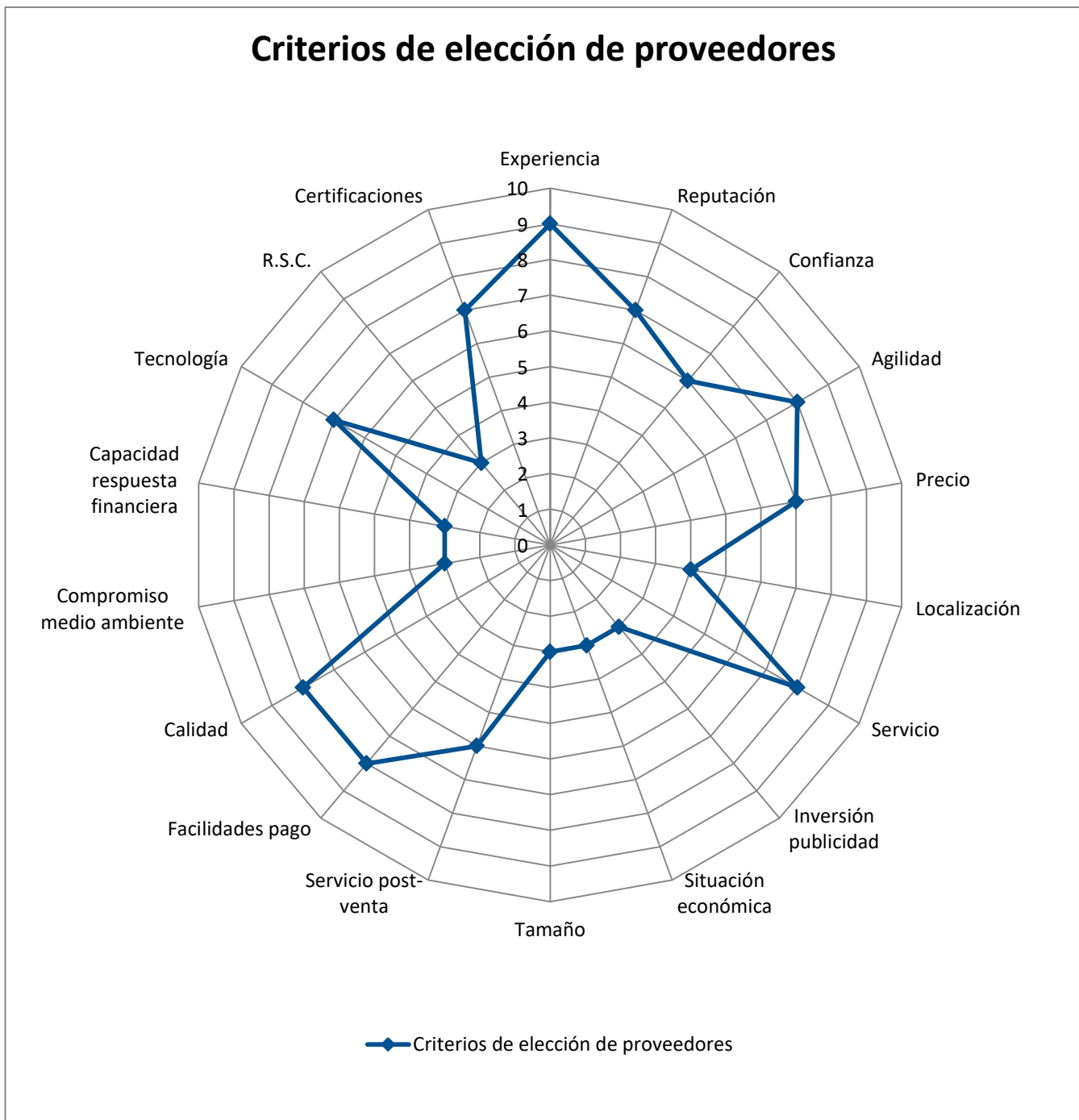


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 79. Criterios de elección ET16.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la inversión en publicidad, la situación económica, el tamaño, el compromiso con el medio ambiente, la capacidad de respuesta financiera y la responsabilidad social corporativa. El factor mejor valorado es la experiencia.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (aceites y grasas de agroalimentario, rodamientos, acero, rodillos, oscilantes, electrodos y discos de radial, cónicos, tornillería, varillas roscadas, retenes, siliconas, grupilas y juntas) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen pocas empresas proveedoras y el producto consisten en piezas auxiliares que forman parte de la maquinaria, sin ser nada en especial el elemento principal.

Las empresas de servicio de logística interna tienen un bajo poder negociador, ya que existen muchas empresas que realizan ese mismo servicio.

Las empresas de ensamblaje tienen un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas que realizan el mismo servicio.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Las empresas de publicidad en ferias, radios y web tienen un poder de negociación bajo, ya que muchas empresas ofrecen los mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET16, al tener como actividad principal es el desarrollo, fabricación y comercialización de maquinaria de decantación y centrifugación de productos líquidos como el aceite y el agua, por lo que sus necesidades de materias primas son de aceites y grasas para maquinaria agroalimentaria, rodamientos, acero, rodillos, oscilantes, electrodos y discos de radial, cónicos, tornillería, varillas roscadas, retenes, siliconas, grupilas y juntas.

Las demás necesidades de la empresa son logística interna y externa, marketing y publicidad.



Tabla 53. Necesidades presentes ET16.

Necesidades presentes

146

Materias primas	Elementos auxiliares para la fabricación y maquinaria (rodamientos, tornillería, grasa...)
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Piezas de acero y metales
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte de logística
Actividades de ventas y marketing	Agencia de marketing para ferias agroalimentarias
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Asuntos jurídicos
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	I+D+i
Actividades de recursos humanos	Contrataciones y prácticas



Informe individual ET17

Principales características de la empresa

La empresa ET17 es una Sociedad Anónima. La actividad principal es el desarrollo, fabricación y comercialización de film de polipropileno.

148

Tabla 54. Características ET17.

Características	
Código de la empresa	ET17
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-230074XX
CNAE	1320
Sector	Secundario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Entre 50.000-200.000 euros

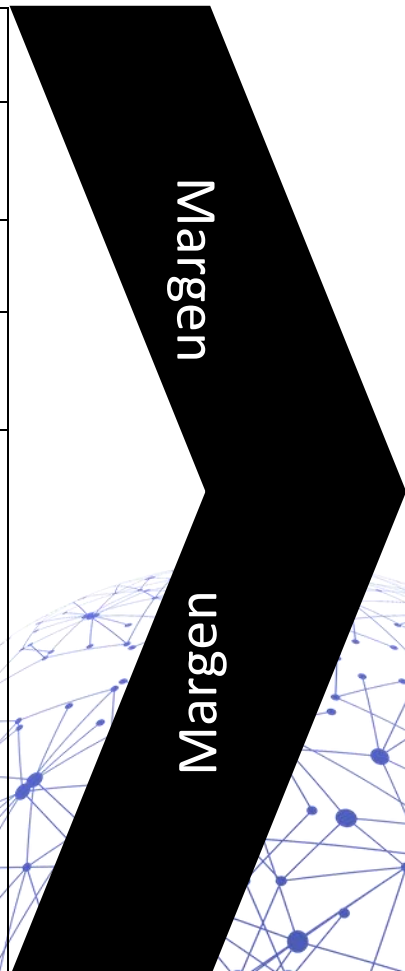


Definición de su cadena de valor

Tabla 55. Cadena de valor ET17.

149

<p>Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias derivados del petróleo para la realización de su actividad principal.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La empresa realiza un proyecto de I+D, con el objetivo principal de desarrollar nuevos productos utilizando las materias primas que ya utiliza para el desarrollo de sus productos. Desea realizar nuevos productos con usos distintos a los que ya venía produciendo.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de selección de personal y formación (idiomas), además de la política de retribución.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de mantenimiento de las instalaciones. Como infraestructura física, la empresa cuenta con una planta de fabricación en Jáen.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada de derivados del petróleo (EPP Polipropileno, HDPE (Polietileno, hilo textil) para la fabricación de su producto final (big bags, mallas agrícolas, Wpc), además del almacenamiento.</p>	<p>Producción: Comprende las actividades de utilización de las materias primas (big bags, mallas agrícolas, Wpc).</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes (mayoristas, distribuidores o consumidores finales), además del almacenamiento y transporte, siendo éste último con medios externos.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, además de otras formas de publicidad.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa cuenta con un política de calidad, con el propósito principal de garantizar la fabricación y mejora continua del sistema de calidad, fabricación de productos y servicios, de acuerdo con las especificaciones que satisfagan los requisitos de sus clientes.</p>

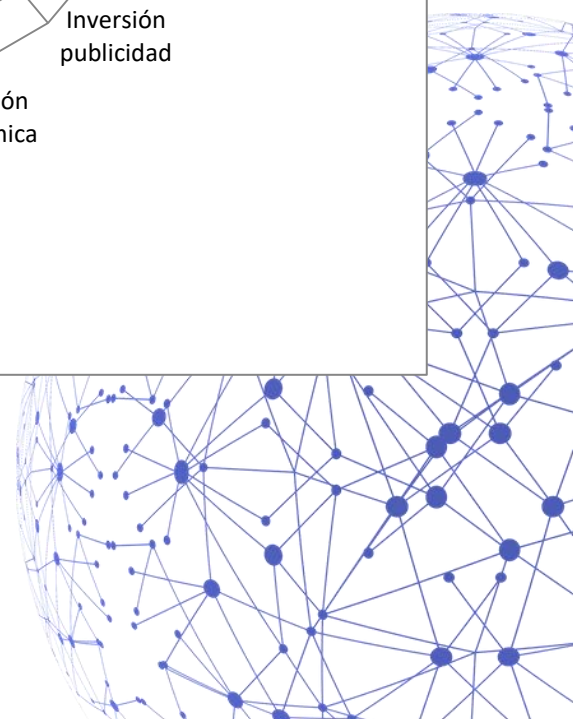
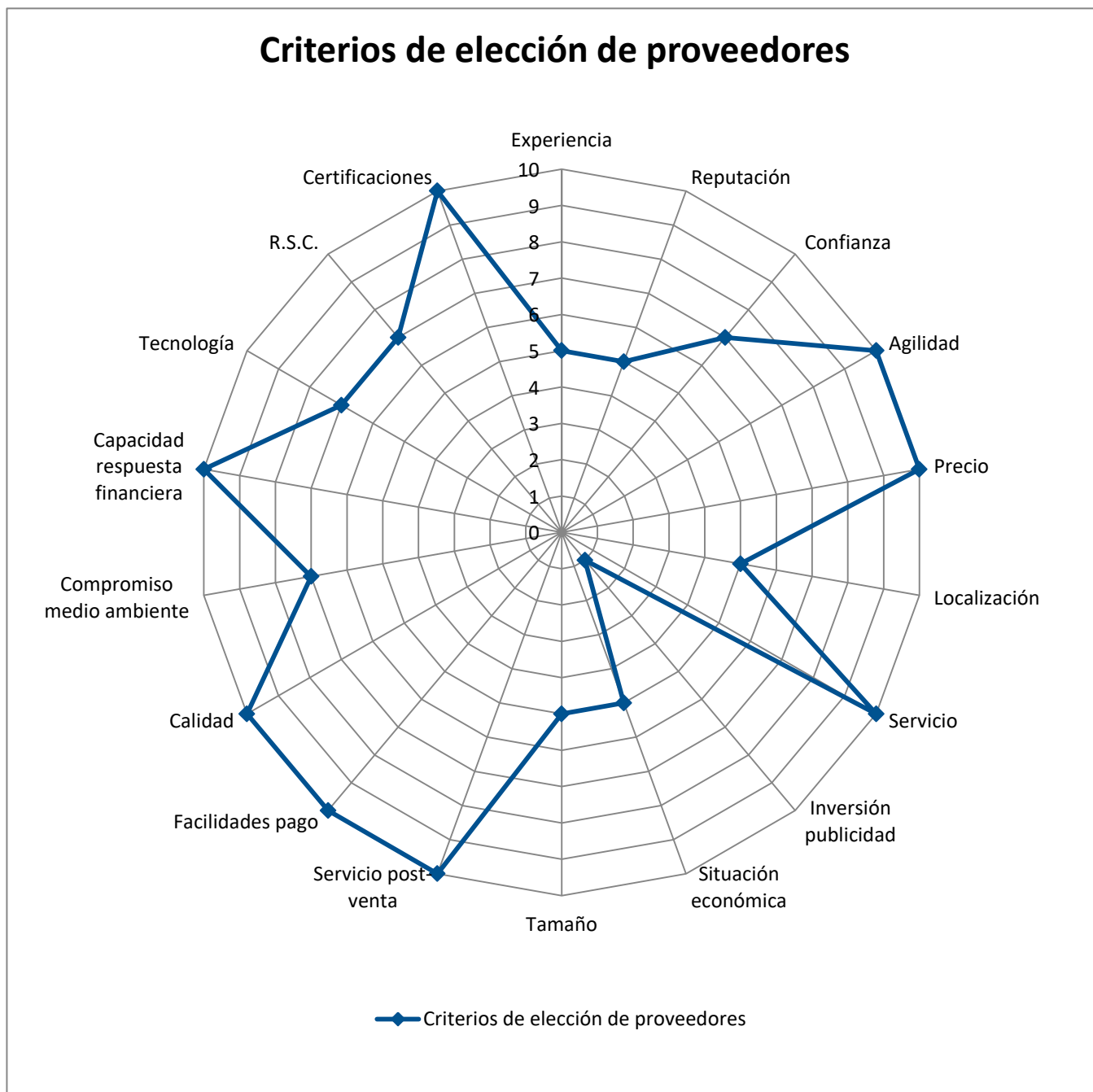


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 80. Criterios de elección ET17.



El factor que la empresa ha señalado como menos importante es la inversión en publicidad. Los factores mejores valorados son la agilidad, el precio, el servicio, el servicio post-venta, las facilidades de pago, la calidad, la capacidad de respuesta financiera y las certificaciones.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (derivados del petróleo) tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas proveedoras y el producto es muy importante para el funcionamiento de la empresa.

Las empresas de servicio de logística interna tienen un bajo poder negociador, ya que existen muchas empresas que realizan ese mismo servicio.

Las empresas de ensamblaje tienen un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas que realizan el mismo servicio.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Los proveedores del servicio de formación de idiomas, de asesoría tanto legal como fiscal y de transitorios tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET17, al tener como actividad principal es el desarrollo, fabricación y comercialización de film de polipropileno, sus necesidades de materias primas son de materiales de derivados del petróleo, las cuales son necesarias para la realización de su producto final.

Las demás necesidades de la empresa son logística interna, embalaje y mantenimiento de equipos, logística externa, empresas de selección, etc.



Tabla 56. Necesidades presentes ET17.

Necesidades presentes

Materias primas	EPP polipropileno, HDPE (polietileno), pallets, hilo para textil, eslinga, bolsas de plásticos, anclajes de metal, aditivos químicos, tubos de acero para enrollar las mallas, y también de cartón duro, porta-documentos y colorantes.
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Mantenimiento de equipos
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Marketing y desarrollo de sistemas
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Consultoría
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Reclutadora de empleo y gestión personal



Informe individual ET18

Principales características de la empresa.

Esta empresa es una Sociedad Anónima cuya principales actividades son los servicios de ingeniería y consultoría multidisciplinar.

154

Tabla 57. Características ET18

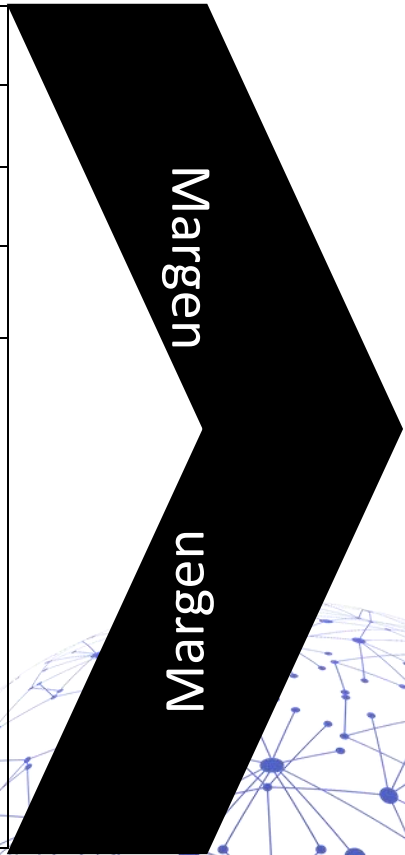
Características	
Código de la empresa	ET18
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-235488XX
CNAE	7112
Sector	Terciario
Antigüedad	De 6 a 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 10 - 49 trabajadores/as
Facturación	Entre 1 y 10 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	Entre 51% - 75%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, ISO27001
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Entre 50.000-200.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 58. Cadena de valor ET18

155

Aprovisionamiento: La materia prima necesaria para desarrollar su actividad principal es de origen fósil. Necesita material de oficina, cableado y productos de limpieza.				
Desarrollo tecnológico: Esta empresa dedica un gran volumen de recursos a I+D+i debido a que hay departamentos que se encuentran en continuo desarrollo, debido a la ola de innovación en la que se encuentra el sector en el que opera.				
Recursos humanos: La ET19 tiene un departamento de recursos humanos para el reclutamiento y selección el personal, además contactan con ETT para estas actividades.				
Infraestructura: Como infraestructura interna esta empresa realiza su actividad principal en su edificio. Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de mantenimiento de las instalaciones.				
Logística interna: La empresa tramita la entrada productos transformados como son el polvo para impresoras, pintura, equipos informáticos o EPIS.	Producción: En este apartado se detallan las actividades de transformación de materia prima ya transformada. (Pintura, equipos informáticos, granja)	Logística externa: La empresa no realiza las actividades de transporte y logística, al igual que tampoco las actividades relacionadas con el marketing	Marketing: La empresa no cuenta con ningún departamento para el marketing, por tanto, externaliza las actividades de este ámbito.	Servicio post-venta: La empresa tiene un servicio de post-venta donde cuenta con todo tipo de repuestos para que sus clientes puedan solucionar las incidencias ofreciendo calidad.



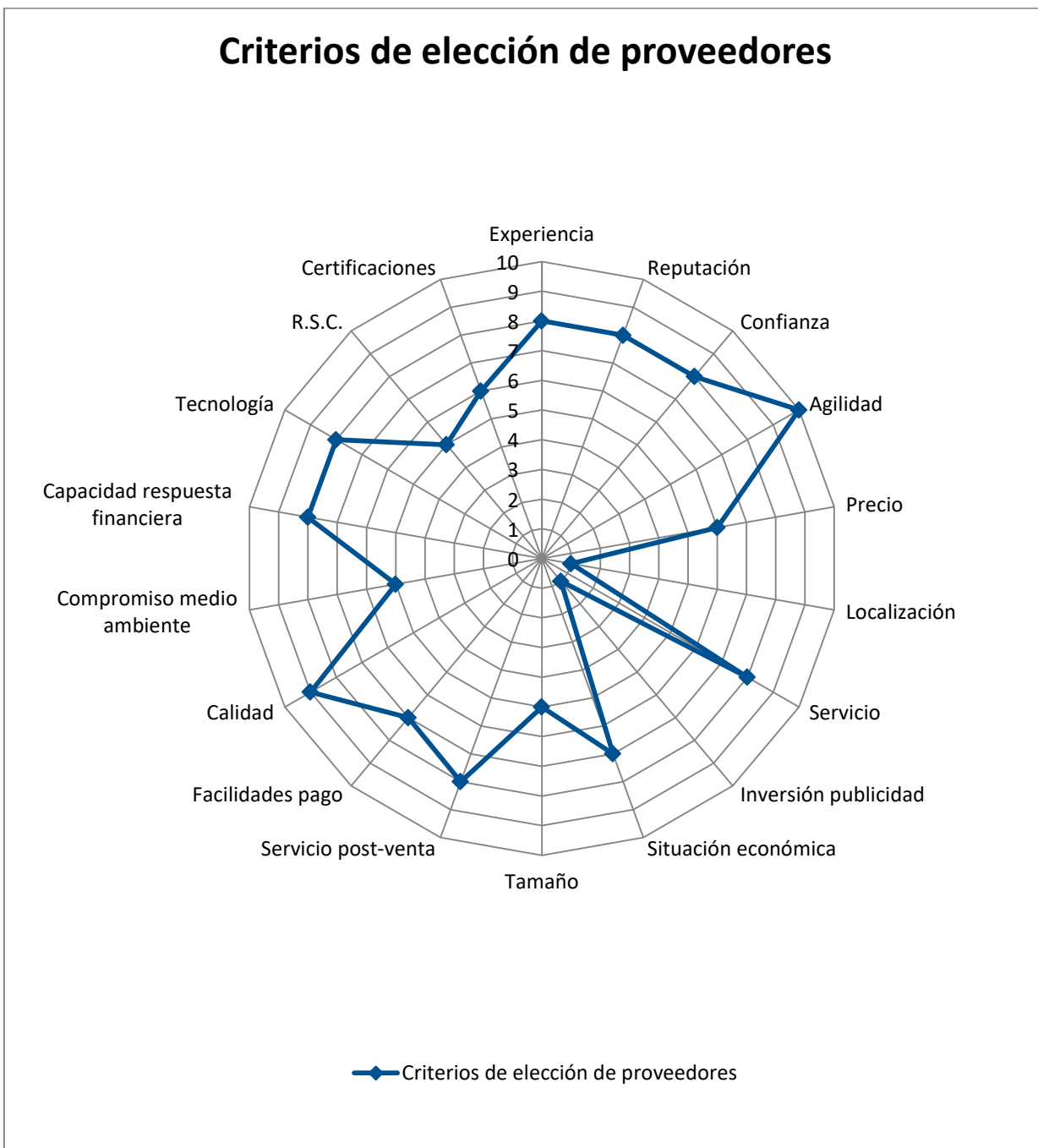
Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 81. Criterios de selección ET18

Criterios de elección de proveedores



El criterio de elección de proveedores que menos ha valorado esta empresa ha sido la localización y la inversión en publicidad.

En cambio los criterios que mayor puntuación han obtenido han sido agilidad en la distribución y calidad.

157

No obstante, criterios como experiencia, reputación, confianza, servicio, servicio post-venta, capacidad de respuesta financiera y tecnología son valores muy importantes para la ET18 a la hora de seleccionar a sus proveedores.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

La empresa proveedoras de materias primas, en este caso productos transformados como puede ser el polvo para impresoras 3D o granza tienen un alto poder negociador ya que existen pocas empresas relacionadas con esta materia prima.

En cambio las empresas de pintura y equipamiento informático cuentan con un alto poder de negociación.

En cuanto a las empresas de ventas y marketing tienen un bajo poder de negociación, ya que cada vez hay más empresas que ofrezcan estos servicios.

Por otro lado, en actividades de gestión laboral el poder de negociación de proveedores es bajo, debido a que existen muchas empresas de este tipo.

Por último en las actividades relacionadas con los Recursos Humanos el poder de negociador de clientes vuelve a ser bajo, debido a la multitud de empresas de recursos humanos que hay.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET18 tiene como principales demandas de materia prima granza, polvo para impresoras, pinturas, embalajes, EPIS y equipamiento informático.

Las demás necesidades son un comercial para el 3D, una empresa de gestión laboral, y empresas de ETT.

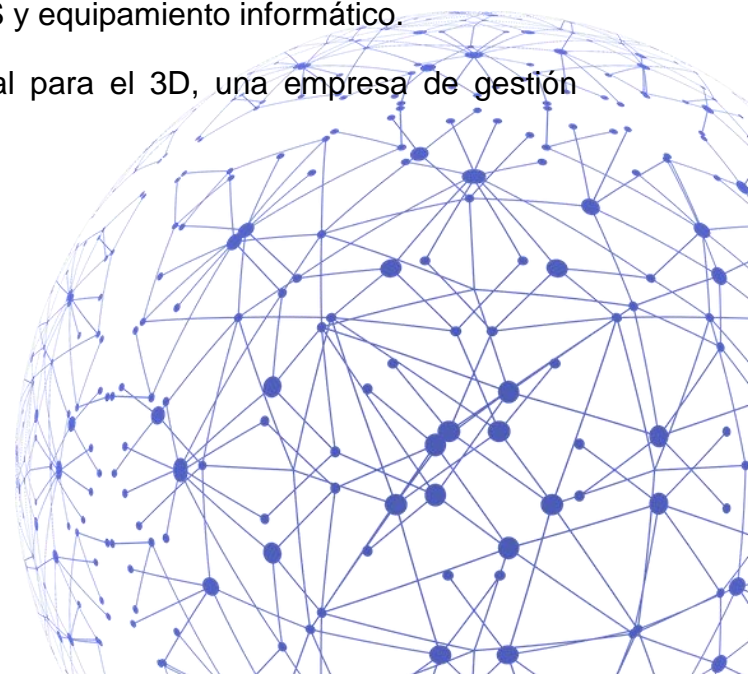
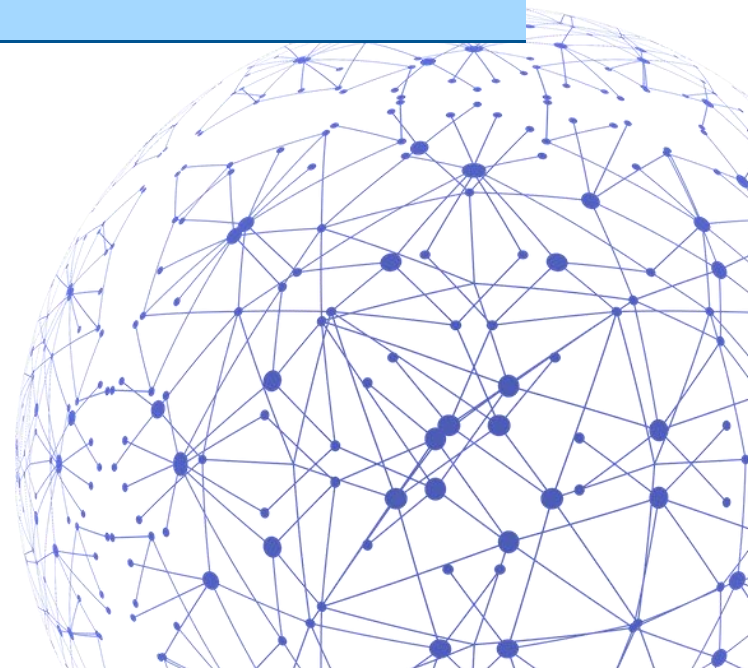


Tabla 59. Necesidades presentes ET18

Necesidades presentes

158

Materias primas	Granza, polvo para impresoras, pinturas, embalajes, EPIS y equipamiento informático.
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Irrelevante
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Comercial para el 3D
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Gestión laboral
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Empresas de ETT



Informe individual ET19

Principales características de la empresa.

La ET19 es una empresa con Responsabilidad Social Limitada cuya principales actividades son la comunicación y las tecnologías de la información.

Tabla 60. Características ET19

Características	
Código de la empresa	ET19
Forma jurídica	Responsabilidad Social Limitada
CIF	B-235921XX
CNAE	711
Sector	Terciario
Antigüedad	De 6 a 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 1 y 10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015 IRIS
Áreas funcionales	Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Comercial/Ventas, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

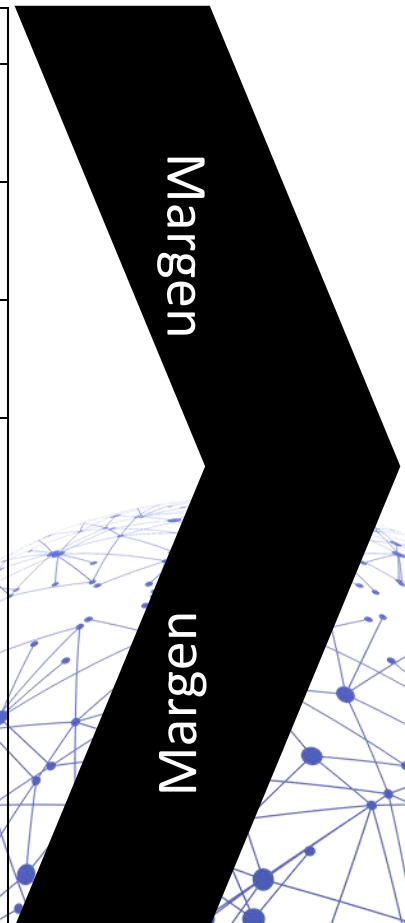


Definición de su cadena de valor

Tabla 61. Cadena de valor ET19

161

Aprovisionamiento: La materia prima necesaria para desarrollar su actividad principal son productos transformados.				
Desarrollo tecnológico: .Esta empresa dedica toda la inversión en I+D+i en nuestro país con el objetivo de crecer al mismo ritmo en cuanto a desarrollo tecnológico. No sólo emplea recursos en su actividad productiva interna, sino que externaliza trabajos tecnológicos a otras empresas de nuestro país, generando así puestos de trabajo.				
Recursos humanos: En este aspecto la empresa contrata a empresa de empresas de trabajo temporal para la selección de empleados y sus trabajadores se encuentran en continua formación. Si bien es cierto que también cuenta con personal de Recursos Humanos.				
Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de servicios jurídicos y laborales. Como infraestructura interna tiene un centro para atender a clientes para solucionar posibles incidencias.				
Logística interna: La empresa tramita la entrada de cableado, productos de limpieza o materiales de oficina.	Producción: En este apartado se detallan las actividades de transformación de materia prima. Esta empresa no transforma la materia prima.	Logística externa: La empresa no realiza las actividades de transporte y logística.	Marketing: La empresa no cuenta con ningún departamento para el marketing, por tanto, externaliza las actividades de este ámbito. No obstante para la publicidad cuenta con página Web y redes sociales.	Servicio post-venta: Esta empresa dispone de un servicio de atención al cliente donde recibe llamadas de los clientes para poder solucionar posibles incidencias



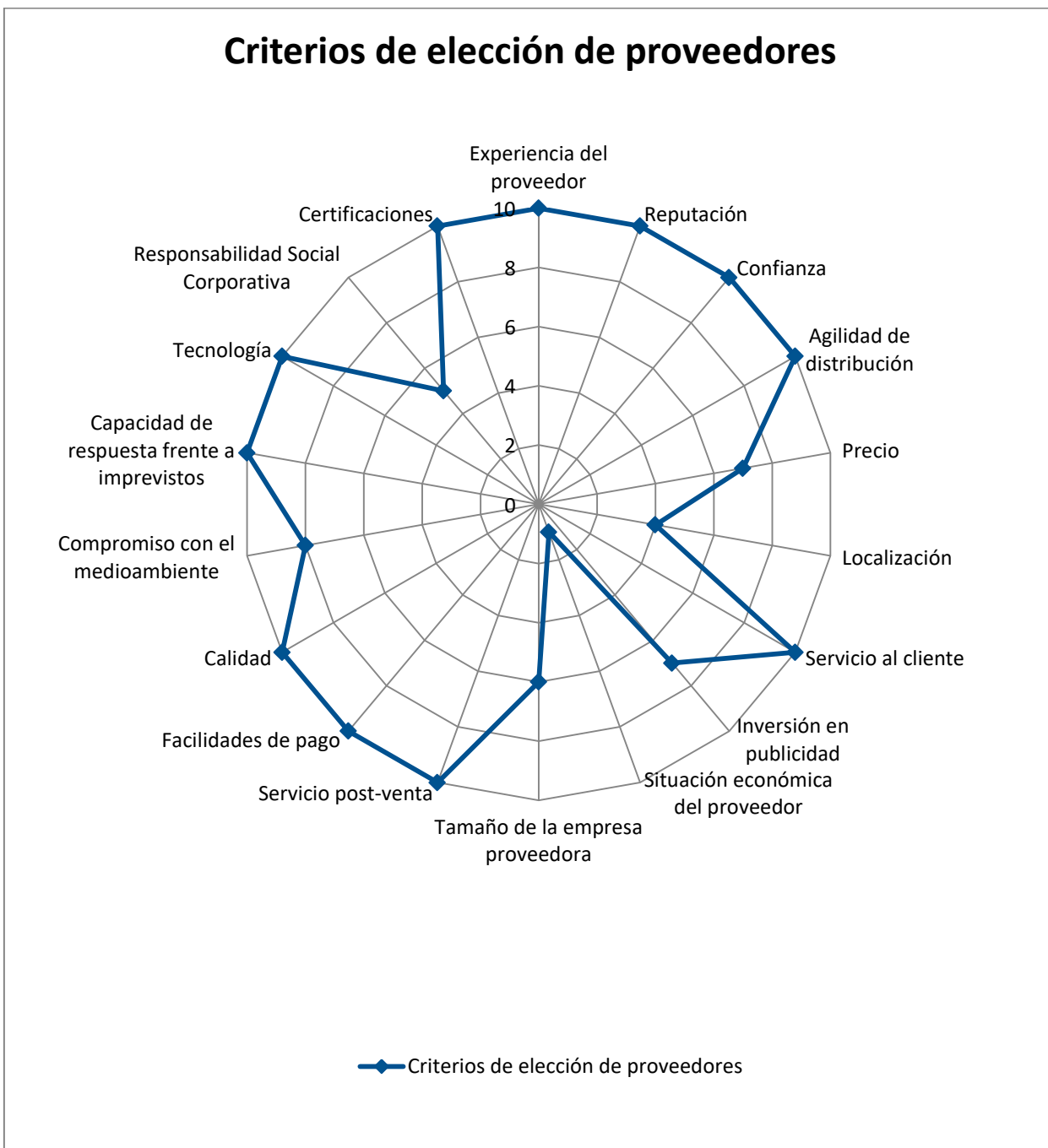
Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 82. Criterios de selección ET19

Criterios de elección de proveedores



El criterio de elección de proveedores que menos ha valorado esta empresa ha sido la situación económica de los proveedores.

Los criterios que más valora la ET19 son certificaciones, experiencia del proveedor, reputación, confianza, agilidad de distribución, servicio al cliente, servicio post-venta, facilidades de pago, calidad, capacidad de respuesta frente imprevisto y tecnología.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

En empresas proveedoras de materias prima esta empresa demanda material de oficina y productos de limpieza, ambas sectores tienen un bajo poder de negociación.

En cambio las empresas de cableado tienen un alto poder de negociación debido a que no hay tanta variedad de empresas que ofrezcan estos productos.

En el sector del transporte los proveedores tienen un bajo poder negociador debido a número de empresas del mismo tipo.

En cuanto a las empresas de ventas y marketing tienen un bajo poder de negociación. Cada vez hay más empresas que oferten estos servicios.

Por otro lado, en actividades de servicios jurídicos y laborales el poder de negociación de proveedores es bajo, debido a que existen muchas empresas de este tipo.

Por último en las actividades relacionadas con los recursos humanos el poder de negociador de clientes vuelve a ser bajo, provocado por la multitud de empresas de este sector.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

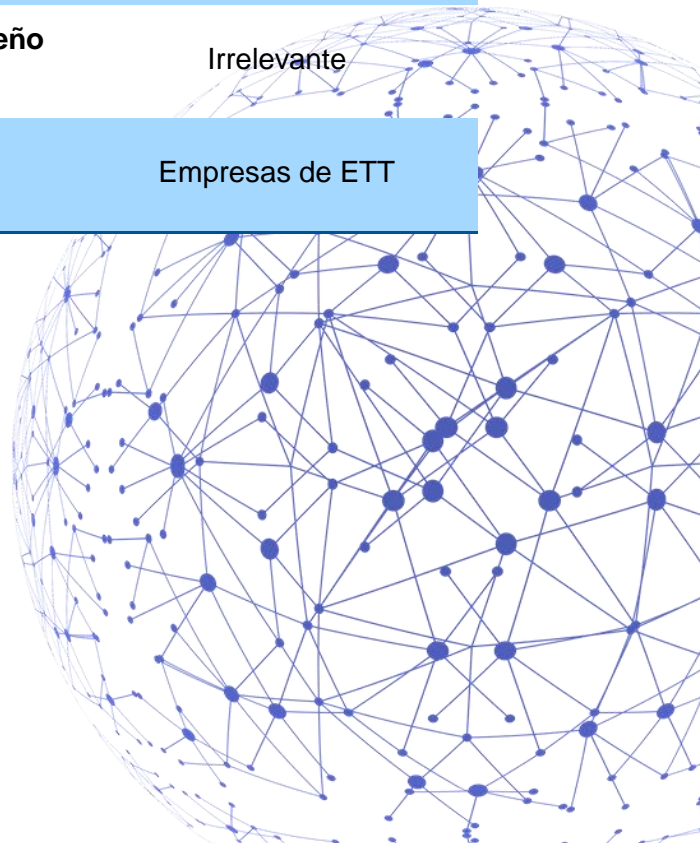
La empresa ET19 tiene como principales demandas de materia prima, cableado, material de oficina y productos de limpieza

Las demás necesidades son actividades de marketing, transporte, servicios jurídicos y laborales y empresas ETT.



Tabla 62. Necesidades presentes ET19

Necesidades presentes	
Materias primas	Productos de limpieza, cableado y material de oficina
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Irrelevante
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Marketing
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Servicios jurídicos y laborales
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Empresas de ETT



Informe individual ET20

Principales características de la empresa

La empresa ET20 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada que se dedica al sector de la electricidad.

166

Tabla 63. Características ET20.

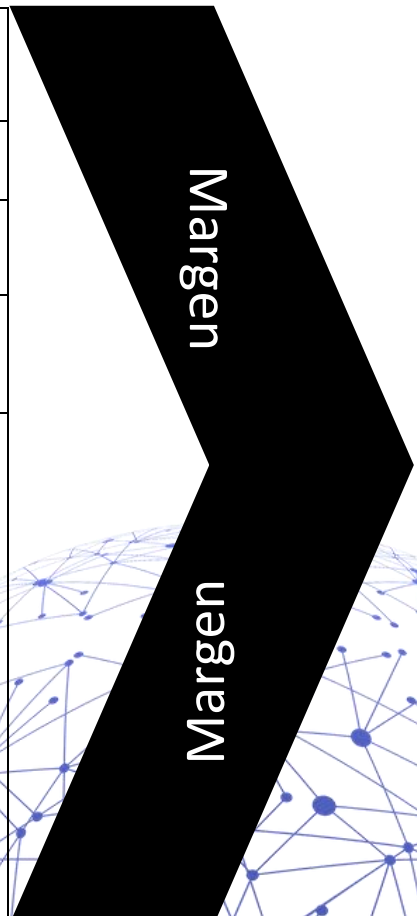
Características	
Código de la empresa	ET20
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B233104XX
CNAE	2611
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Más de 50 millones de euros
Mercado	Multiacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Comercial/Ventas
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 64. Cadena de valor ET20.

167

Aprovisionamiento: La empresa adquiere las materias primas necesarias como son tornillería, cableado, cartones, embalajes o componentes electrónicos para desarrollar su actividad principal.				
Desarrollo tecnológico: La empresa realiza cuenta con la tecnología más avanzada en el sector de la electrónica para ponerla al servicio de todo tipo de clientes.				
Recursos humanos: Es la propia empresa la encargada de ejecutar todas las actividades relacionadas con los recursos humanos. Si bien es cierto que a veces se ha contratado a ETT.				
Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de administración. Como <i>infraestructura física</i> , la empresa cuenta con una nave industrial donde transforma las materias primas.				
Logística interna: La empresa tramita la entrada y almacenamiento los componentes electrónicos, tornillería, embalajes, cajas de cartón.	Producción: La empresa se dedica a la fabricación y cuenta con siete líneas de montaje además de contar con maquinaria y bancos de prueba.	Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes, además a veces contratan a empresas de transporte para hacer llegar sus productos al consumidor final, mayoristas o distribuidores.	Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, además tener presencia en Facebook y LinkedIn.	Servicio post-venta: La empresa cuenta con servicio post-venta para atender las incidencias de sus clientes.



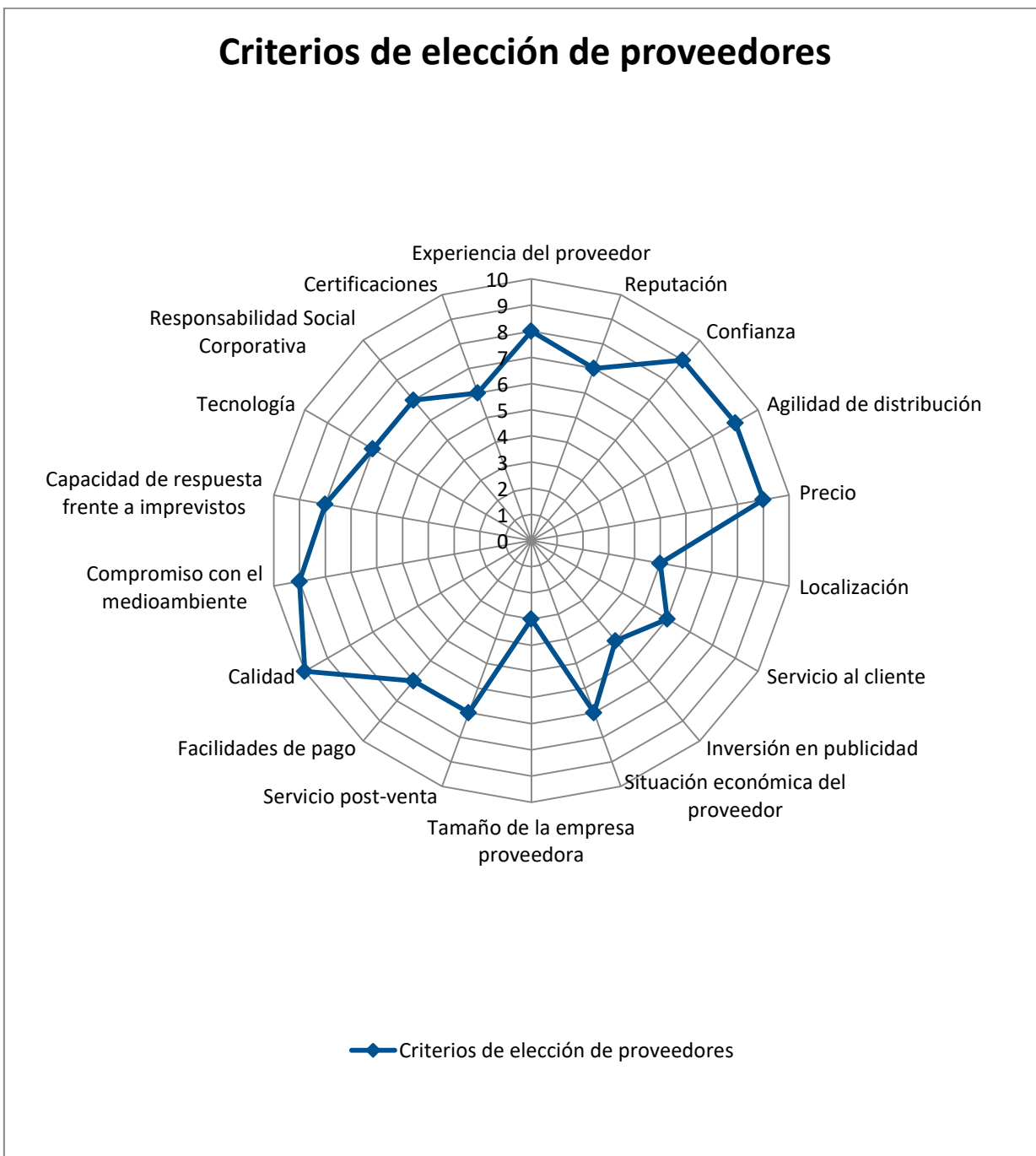
Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 83. Criterios de elección ET20.

Criterios de elección de proveedores



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son el tamaño de la empresa proveedora y la localización. El mejor valorado es la calidad.

Otros criterios con elevado puntuación han sido compromiso con el medio ambiente, agilidad en la distribución y precio.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (tornillería, cartones, embalajes, componentes electrónicos, placas electrónicas, cajas metálicas.) tienen un bajo poder de negociación, ya que existen muchas empresas proveedoras.

Las empresas encargados del montaje y post montaje tienen un alto poder negociador, ya que existen pocas empresas que realizan este servicio.

Las empresas de marketing y ventas tienen un bajo poder negociador ya que existen muchas empresas que se dedican a la misma actividad.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte.

En las actividades de formación los proveedores tienen un alto poder de negociación ya que no hay muchas empresas que realicen estas actividades.

Por último en las actividades de recursos humanos los proveedores tienen un bajo poder de negociación debido al elevado número de empresas que realizan estas actividades.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET20, tiene como principales necesidades en materias primas tornillería, cartones, embalajes, componentes electrónicos, placas electrónicas, cajas metálicas.

Las demás necesidades de la empresa son transporte, marketing, formación y alumnos en prácticas, post-montaje y ensamblaje y recursos humanos.

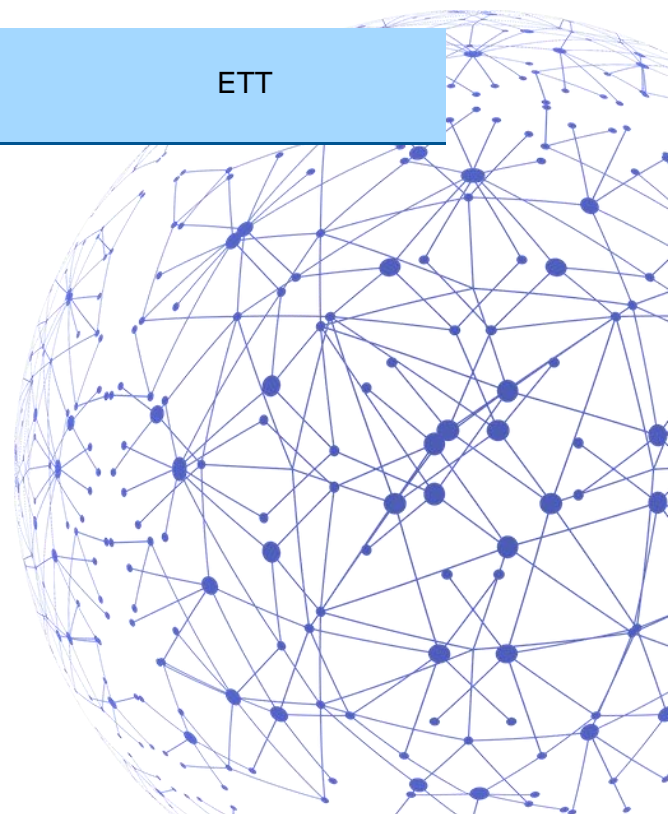


Tabla 65. Necesidades presentes ET20.

Necesidades presentes

170

Materias primas	Tornillería, cartones, embalajes, componentes electrónicos, placas electrónicas, cajas metálicas.
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Post-montaje y ensamblaje
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Marketing
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Formación y prácticas de alumnos de utilaje especial de informática.
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	ETT



Informe individual ET21

Principales características de la empresa

La empresa ET21 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada dedicada al sector de la construcción.

172

Tabla 66. Características ET21.

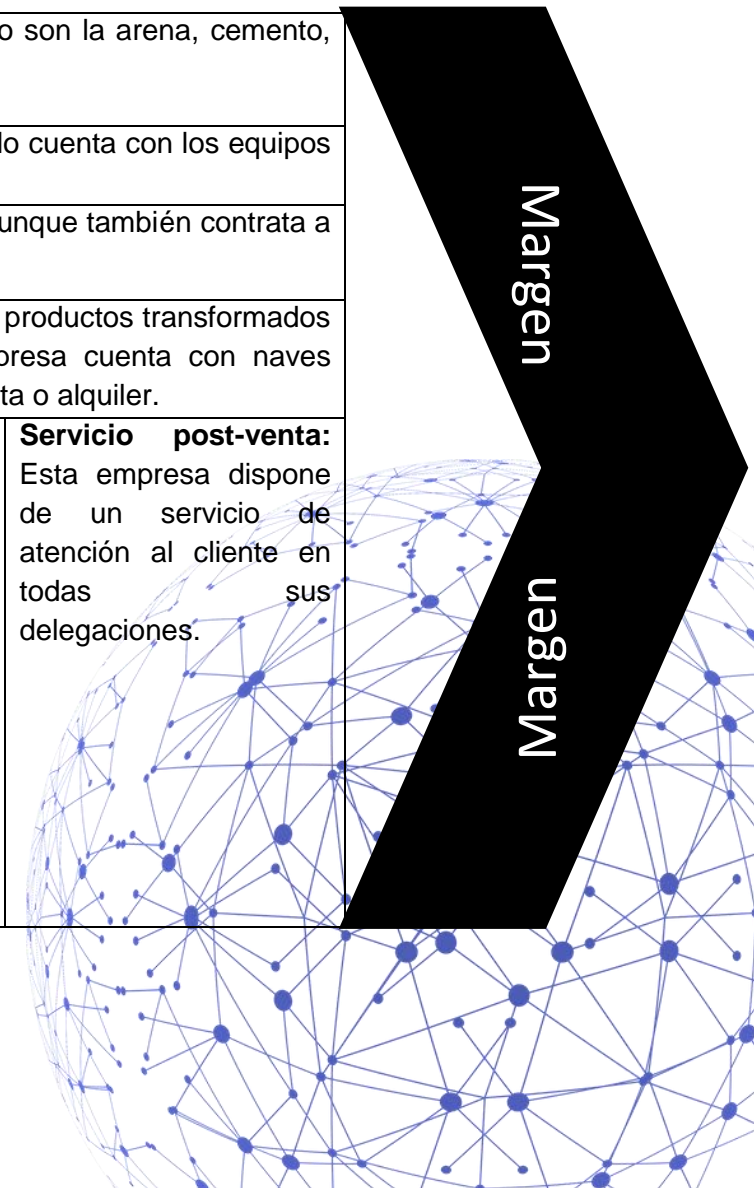
Características	
Código de la empresa	ET21
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B23046XX
CNAE	4674
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	26%-50%
Estándares	Ninguno
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 67. Cadena de valor ET21.

173

<p>Aprovisionamiento: La empresa adquiere las materias primas necesarias de origen fósil como son la arena, cemento, además adquiere remolques y maquinaria para la venta o alquiler.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: Esta empresa cuenta con tecnología avanzada en maquinaria, para ello cuenta con los equipos más sofisticados para sus clientes.</p>				
<p>Recursos humanos: La propia empresa se encarga de las actividades de recursos humanos, aunque también contrata a empresas para actividades relacionadas con los recursos humanos.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, adquiere los productos transformados o en materia prima para su posterior alquiler o venta. Como <i>infraestructura física</i>, la empresa cuenta con naves industriales donde almacena la maquinaria y la materia prima que adquiere para su posterior venta o alquiler.</p>				
<p>Logística interna: Tramita la entrada y almacenamiento de la maquinaria agrícola y de construcción y la recepción de materias prima como arena o cemento.</p>	<p>Producción: La empresa no tiene proceso productivo en sus naves.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega de maquinaria, artículos de construcción en sus delegaciones. Otras veces se contrata a empresas para el transporte de mercancías.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la Web, Instagram, Facebook, y Twitter.</p>	<p>Servicio post-venta: Esta empresa dispone de un servicio de atención al cliente en todas sus delegaciones.</p>

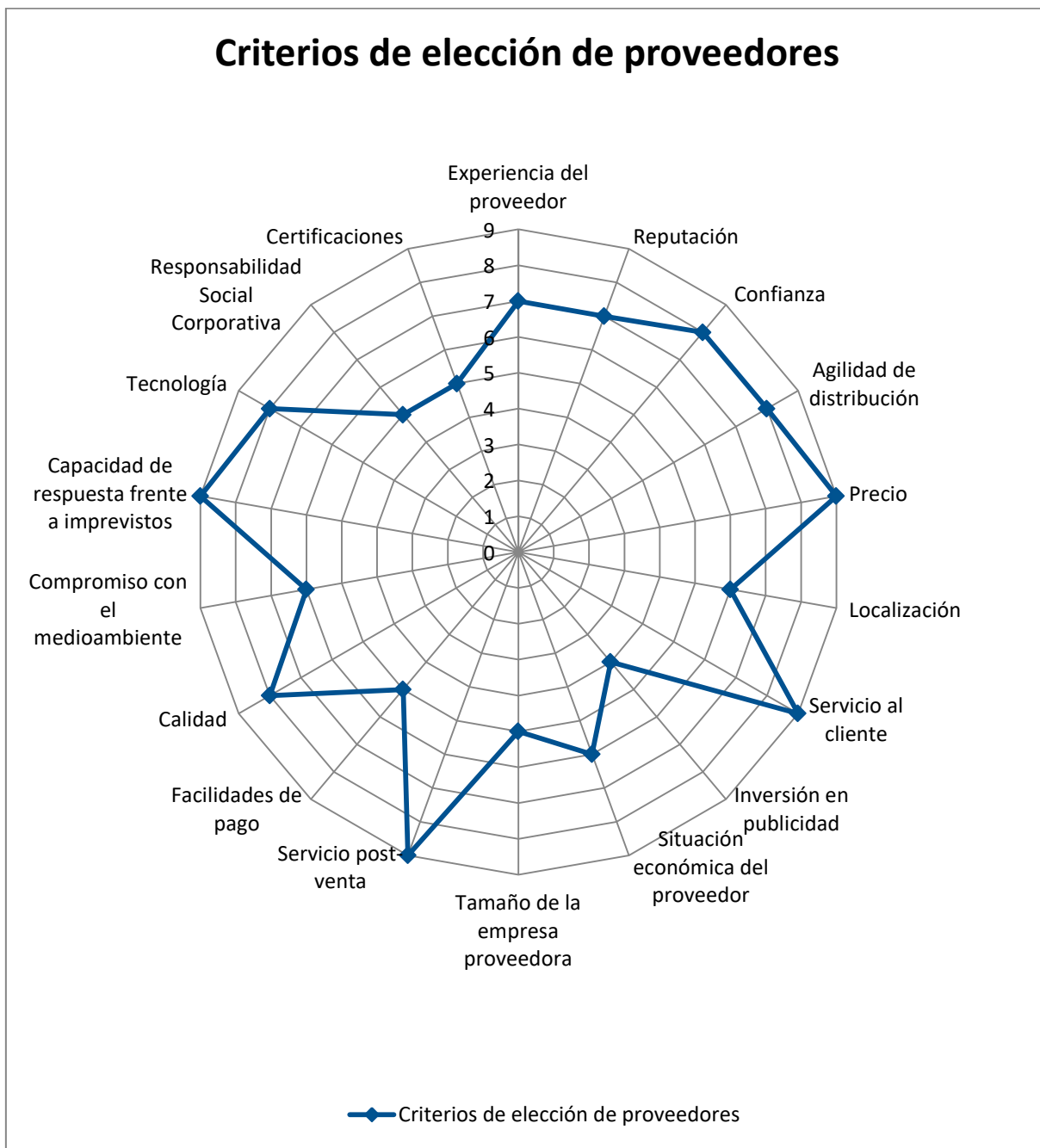


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 84. Criterios de elección ET21.



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la inversión en publicidad, tamaño de la empresa, facilidades de pago, responsabilidad social corporativa y certificaciones.

Otros criterios con elevada puntuación han sido el servicio de post-venta, la capacidad de respuesta frente a imprevisto, el precio y el servicio al cliente.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de productos como arena, cemento y materiales relacionados con la construcción tienen un poder negociador bajo debido a que hay multitud de empresas que proveen este tipo de materiales.

Por otro lado, los suministradores de maquinaria agrícola y de construcción tienen un alto poder negociador porque normalmente las empresas de este tipo de maquinaria son empresas grandes, por lo que es más difícil negociar con ellos.

En relación con los proveedores de transportes tienen un bajo poder negociador que estará motivado por el elevado número de empresas que trabaja en este sector.

Empresas relacionadas con el marketing y ventas tienen un bajo poder negociador ya que existen muchas empresas que se dedican a estas actividades.

En cuanto a servicios jurídicos, laborales y fiscales, tienen un bajo poder negociador motivado por la competencia de estas empresas.

Por último en las actividades de recursos humanos los proveedores tienen un bajo poder de negociación causado por el elevado número de empresas de este sector.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET21, tiene como principales necesidades en materias primas arena y cemento, vibradores, remolques y otros materiales de construcción.

Esta empresa también demanda actividades de logística, marketing, laboral fiscal y jurídicas y empresas de recursos humanos.

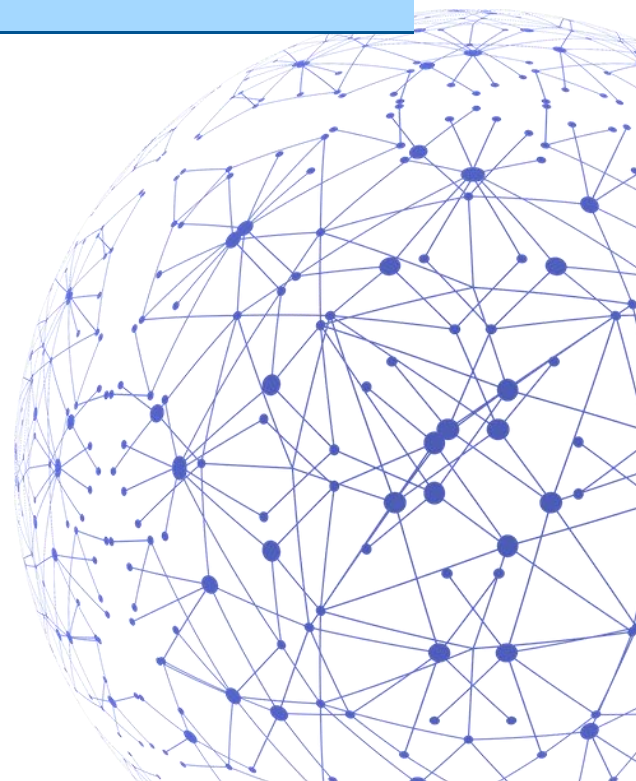


Tabla 68. Necesidades presentes ET21.

Necesidades presentes

176

Materias primas	Arena, cemento, maquinaria agrícola y otros materiales de construcción.
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Irrelevante
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Logística
Actividades de ventas y marketing	Marketing
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Laboral, fiscal y servicios jurídicos.
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	ETT



Informe individual ET22

Principales características de la empresa

La empresa ET22 es una Sociedad Anónima proveedora de tecnología para el sector alimenticio entre otros, cuyas principales actividades están relacionadas con el diseño y reparación de líneas para cadena agroalimentaria.

178

Tabla 69. Características ET22.

Características	
Código de la empresa	ET22
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A082038XX
CNAE	4669
Sector	Secundario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, OSHAS
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Comercial/Ventas, Administración, I+D+i
Inversión en I+D+i	Más de 500.000 euros

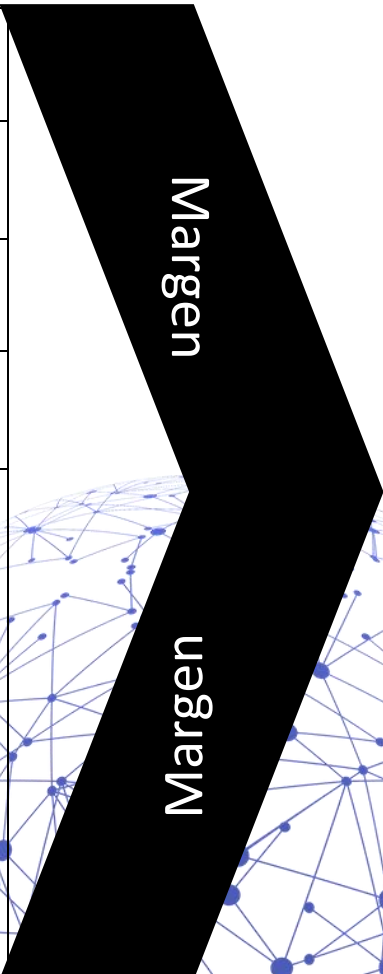


Definición de su cadena de valor

Tabla 70. Cadena de valor ET22.

179

<p>Aprovisionamiento: Esta empresa utiliza productos transformados para el diseño y reparación de líneas de extracción de aceite de oliva.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La ET22 es una de las empresas líder en cuanto a tecnología en su sector, cuenta con la tecnología más avanzada en centrifugadoras, bombas de inyección y todo tipo de maquinaria necesaria para desarrollar su actividad teniendo presente en todos sus procesos eficiencia y calidad.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, esta empresa contrata a empresas de reclutamiento y selección para contratar personal.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades jurídicas. Como <i>infraestructura física</i>, la empresa cuenta con una planta de fabricación en la provincia, así como otras sedes.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada de productos transformados para el funcionamiento de la maquinaria.</p>	<p>Producción: Esta empresa recibe la entrada de productos transformados para equipar sus equipos tecnológicos.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final mediante una empresa de transporte.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados para promocionar a la empresa son LinkedIn, WeChat, YouTube, Facebook y Twitter.</p>	<p>Servicio post-venta: La empresa cuenta con un política de calidad. Además cuenta con un servicio de atención al cliente personalizado.</p>

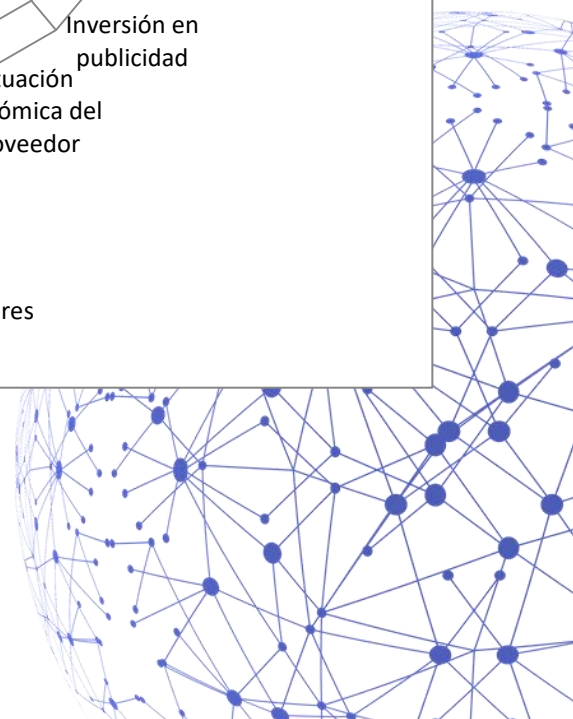
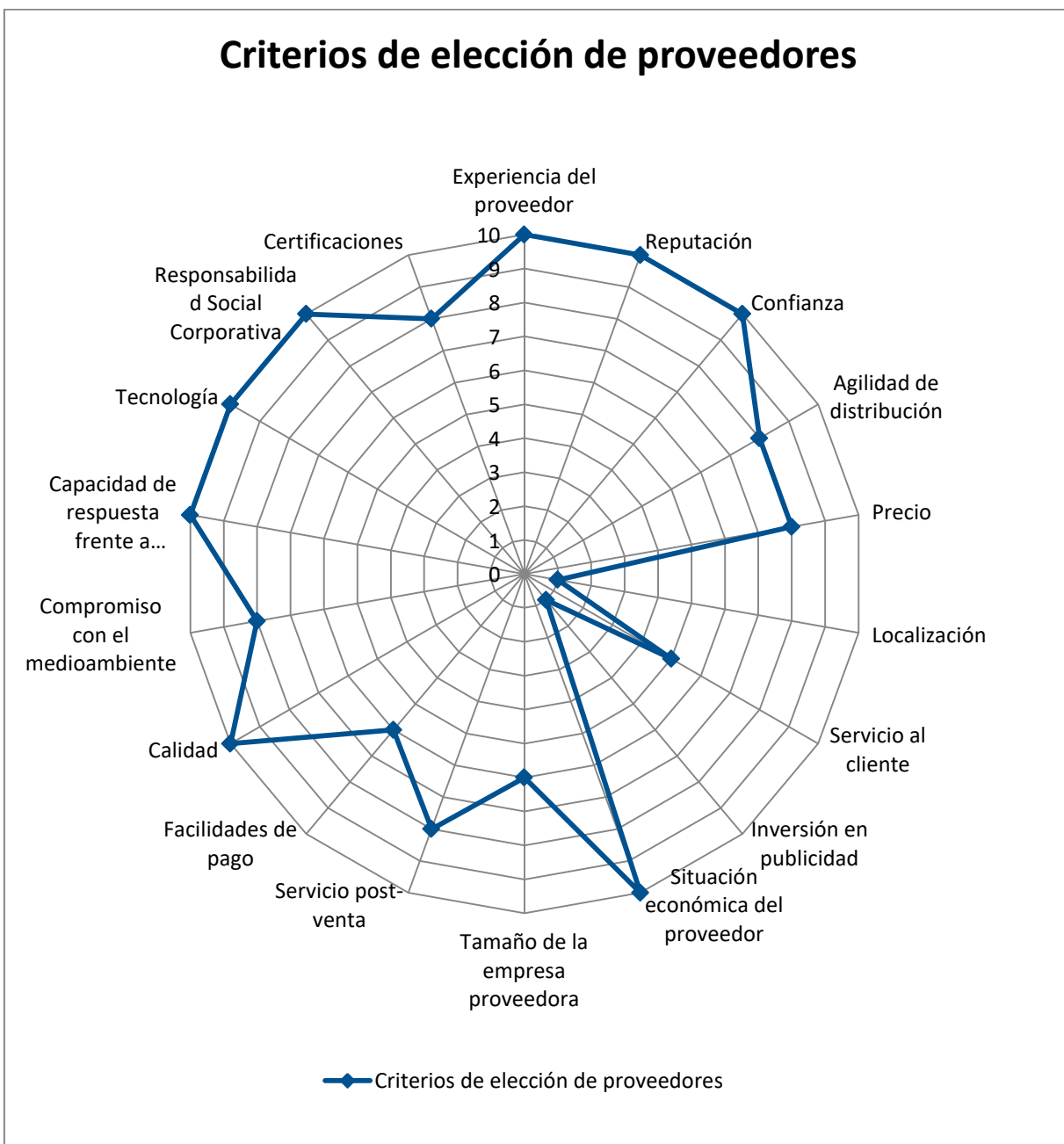


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 85. Criterios de elección ET22.



Los factores que esta empresa ha señalado como menos importantes han sido inversión en publicidad y localización.

Por otro lado las puntuaciones más altas las han asignado a capacidad de respuesta frente a imprevistos, tecnología, responsabilidad social corporativa, experiencia del proveedor, reputación, confianza y situación económica del proveedor.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (tuberías de acero y planchas de acero) tienen un bajo poder negociador debido a que hay muchas empresas en este sector. En cambio en el sector de lubricantes los proveedores de este producto tienen un alto poder negociador motivado por el bajo número de empresas de lubricantes.

Las empresas de fabricación de maquinaria y montajes de máquina tienen un alto poder negociador debido a la escasez de empresas que se dediquen a estas actividades.

Las empresas de servicio de logística tienen un bajo poder negociador, ya que existen muchas empresas que realizan ese mismo servicio.

Las empresas de marketing y ventas tienen un bajo poder negociador debido a que hay muchas empresas que ofrezcan este tipo de servicios.

Los proveedores de servicios jurídicos tienen un bajo poder negociador debido al elevado número de empresas de servicios jurídicos que existen.

En cuanto a empresas que oferten actividades relacionadas con las pruebas de verificación en centros de investigación tienen un alto poder negociador que está causado por el escaso número de empresas que ofrecen estos servicios.

Las empresas de E.T.T. tienen un bajo poder de negociación. Existe gran cantidad de empresas que ofrecen los mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET22 tiene como principales necesidades de materia prima productos transformados como son las planchas y tuberías de acero, además de lubricantes.

Las demás necesidades de la empresa están relacionadas con la logística, la fabricación y el montaje de maquinaria, marketing, servicios jurídicos, pruebas de verificación en centros de investigación y E.T.T.

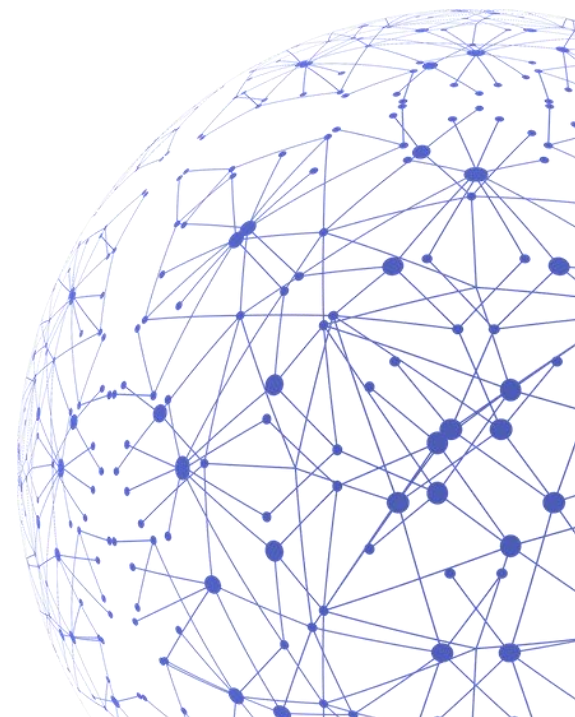


Tabla 71. Necesidades presentes ET22.

Necesidades presentes

182

Materias primas	Productos transformados
<p>Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas</p>	<p>Irrelevante</p>
<p>Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)</p>	<p>Montaje y fabricación de maquinaria</p>
<p>Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores</p>	<p>Logística</p>
<p>Actividades de ventas y marketing</p>	<p>Marketing</p>
<p>Actividades de servicio post-venta y atención al cliente</p>	<p>Irrelevante</p>
<p>Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc</p>	<p>Servicios jurídicos</p>
<p>Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios</p>	<p>Pruebas de verificación en centros tecnológicos.</p>
<p>Actividades de recursos humanos</p>	<p>ETT</p>



Informe individual ET23

Principales características de la empresa

La empresa ET23 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Su actividad principal es la fabricación de piezas de plástico para el sector de la automoción entre otros.

Tabla 72. Características ET23.

Características	
Número de la empresa	ET23
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada.
CIF	B230680XX
CNAE	2229
Sector	Secundario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Más de 250 trabajadores/as
Facturación	Entre 10-50 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	76%-100%
Estándares	Norma ISO 14.001:2015, IATF 16949
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Comercial/Ventas, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

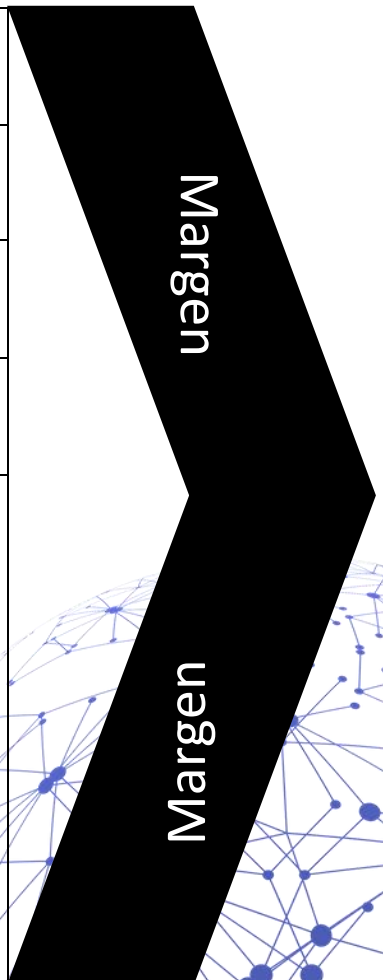


Definición de su cadena de valor

Tabla 73. Cadena de valor ET23.

185

Aprovisionamiento: La empresa obtiene las materias primas necesarias polipropileno, polietileno poliamida, Abs, policarbónicos, pert, aquilatos, derivados del petróleo, materiales plásticos, tornillería, resortes, remaches o piezas plásticas.					
Desarrollo tecnológico: Esta empresa dispone de un equipo tecnológico muy avanzado y sofisticado en el sector en el que opera.					
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con los recursos humanos la empresa realiza actividades relacionadas con este sector. Si bien es cierto que esta empresa demanda actividades a empresas que se dedican a reclutamiento y contratación de personal.					
Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de montaje y sub-montaje, además de actividades de I+D como son los estudios de realización. En lo que respecta a su <i>infraestructura física</i> , la empresa cuenta con una nave industrial en la que fabrica su producto final.					
Logística interna: La empresa tramita la entrada y almacenamiento de sus materias primas (v)	Producción: Tras la recepción del material esta empresa fabrica sus piezas con los distintos materiales que recibe.	Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes.	Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web, LinkedIn y YouTube.	Servicio post-venta: También atiende las posibles incidencias del producto final.	

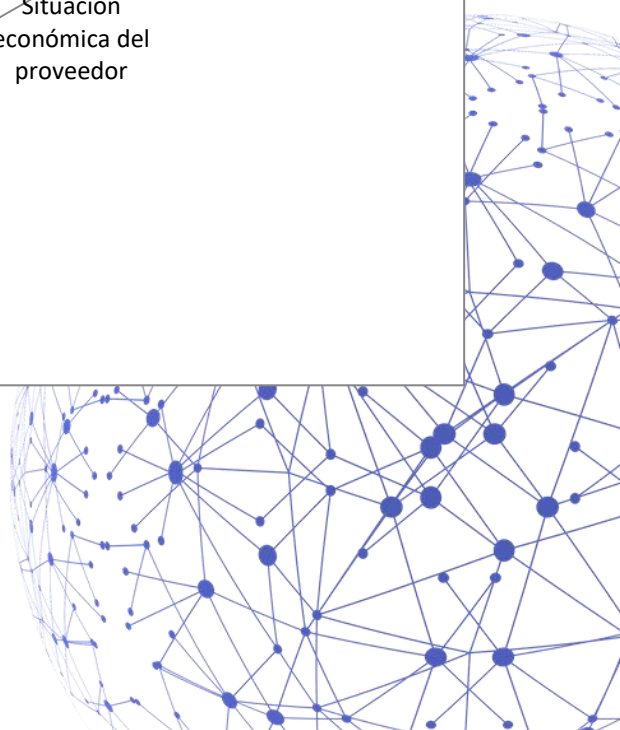
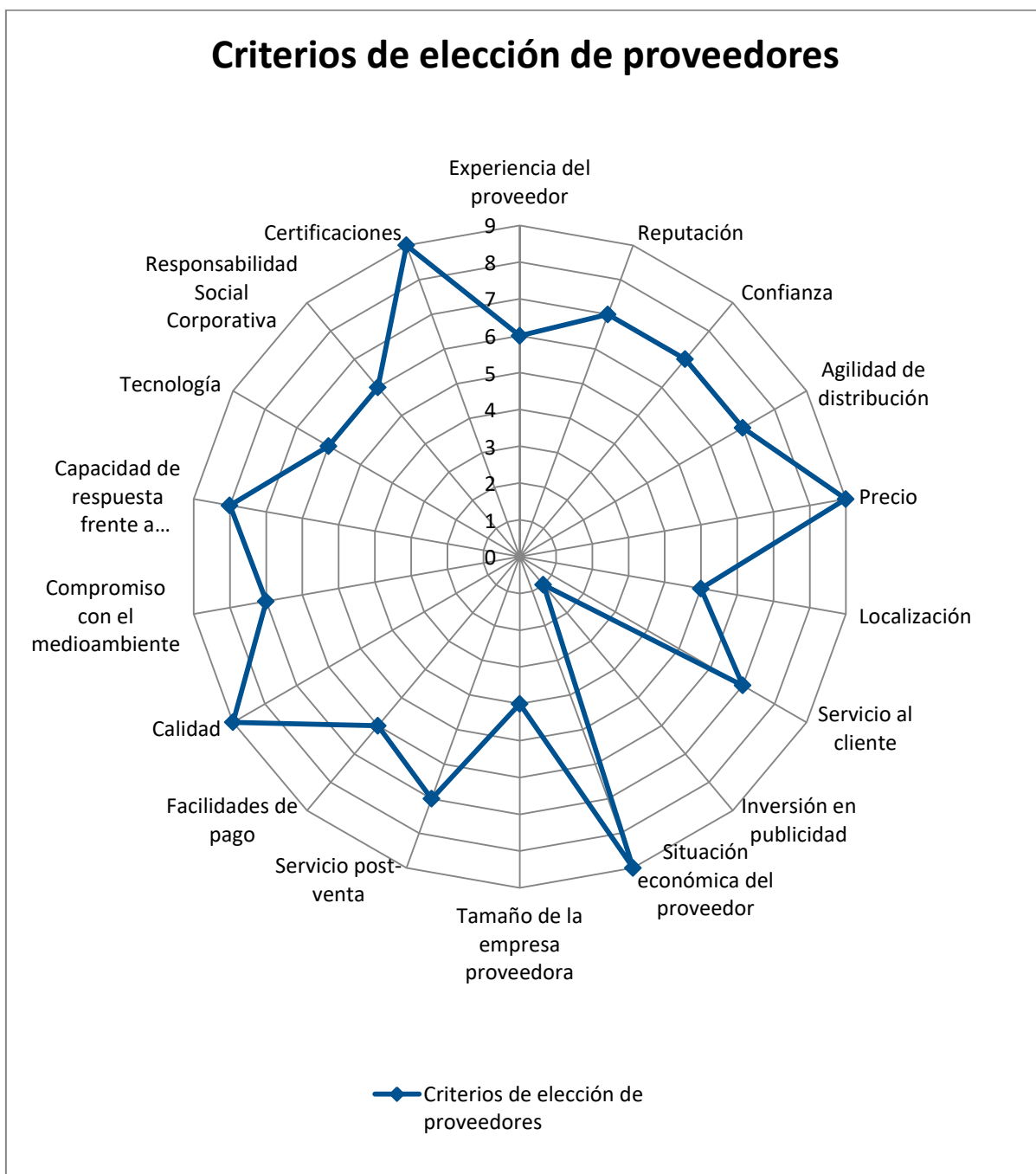


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 86. Criterios de elección ET23.



Los factores que la empresa ha señalado con menor puntuación han sido inversión en publicidad y tamaño de la empresa.

187

En cambio, los factores con mayor puntuación han sido situación económica del proveedor, calidad, capacidad de respuesta frente a imprevistos, precio y certificaciones

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa (polipropileno, polietileno poliamida, Abs, policarbónicos, pert, aquilatos, derivados del petróleo, materiales plásticos, tornillería, resortes, remaches o piezas plásticas) tienen un alto poder de negociación, ya que existen pocas empresas proveedoras de las distintas materias primas.

Los proveedores de montaje y sub-montaje y cosido de telas tienen un alto poder negociador debido al escaso número de empresas que realizan estas actividades.

Las empresas de I+D+i que ofertan estudios de realización tienen un alto poder de negociación debido a que existen un bajo número de empresas que realicen estas actividades.

Las empresas de E.T.T. tienen un bajo poder de negociación, ya que existen una gran cantidad de empresas que ofrecen los mismos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET22 tiene como principales necesidades de materias primas productos transformados y de origen fósil como son estos elementos (polipropileno, polietileno poliamida, Abs, policarbónicos, pert, aquilatos, derivados del petróleo, materiales plásticos, tornillería, resortes, remaches o piezas plásticas).

Las demás necesidades de la empresa son cosido de telas, montaje y sub-montaje, estudios de realización y E.T.T.

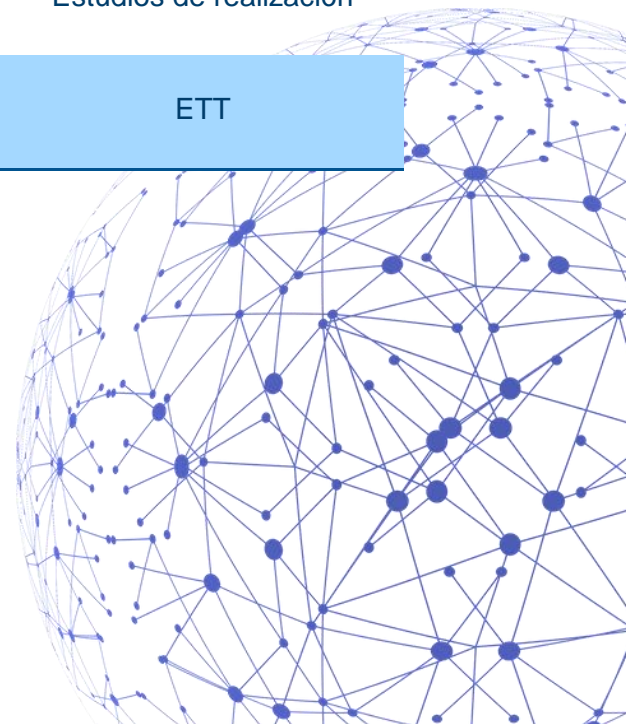


Tabla 74. Necesidades presentes ET23.

Necesidades presentes

188

Materias primas	Polipropileno, polietileno poliamida, Abs, policarbónicos, pert, aquilatos, derivados del petróleo, materiales plásticos, tornillería, resortes, remaches o piezas plásticas
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Montaje y sub-montaje y cosido de telas.
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Irrelevante
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Estudios de realización
Actividades de recursos humanos	ETT



Informe individual ET24

Principales características de la empresa

La empresa ET24 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Sus principales actividades son la ingeniería y las instalaciones.

Tabla 75. Características ET24

Características	
Código de la empresa	ET24
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B-230394XX
CNAE	7112
Sector	Secundario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, OSHAS
Áreas funcionales	Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Administración
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

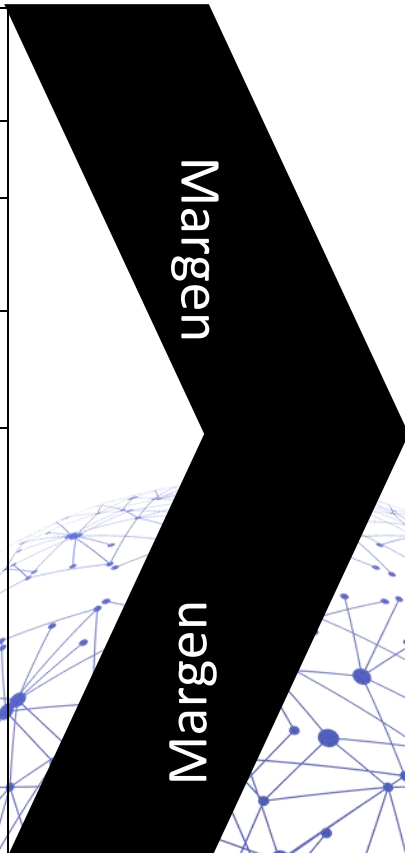


Definición de su cadena de valor

Tabla 76. Cadena de valor ET24.

191

Aprovisionamiento: La empresa adquiere las materias primas necesarias, que normalmente son productos transformados como pueden ser perfilerías de hierro, tuberías de cobre, lana de vidrio o tuberías plásticas entre otras.				
Desarrollo tecnológico: La empresa cuenta con tecnología en el sector de las energías renovables más avanzada.				
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, la misma cuenta con tareas de reclutamiento de personal. Si bien es cierto que demanda actividades de formación a otras empresas.				
Infraestructura: En la parte de <i>infraestructura física</i> , la empresa cuenta con talleres, almacenes y oficinas. Como actividades complementarias para la dirección del negocio (<i>infraestructura organizativa</i>), la empresa contrata actividades jurídicas, laborales y fiscales.				
Logística interna: La empresa gestiona la entrada y almacenamiento de los productos transformados.	Producción: La empresa transforma las materias primas en los talleres donde los operarios se encargan de distintas tareas relacionadas con las estructuras metálicas, calderas y electricidad	Logística externa: La empresa distribuye su producto final a los diferentes clientes.	Marketing: La empresa utiliza la página Web como forma de publicidad.	Servicio post-venta: Esta empresa tiene en cuenta las necesidades del cliente y las adapta. Además cuenta con un servicio de atención al cliente para solucionar posibles incidencias.

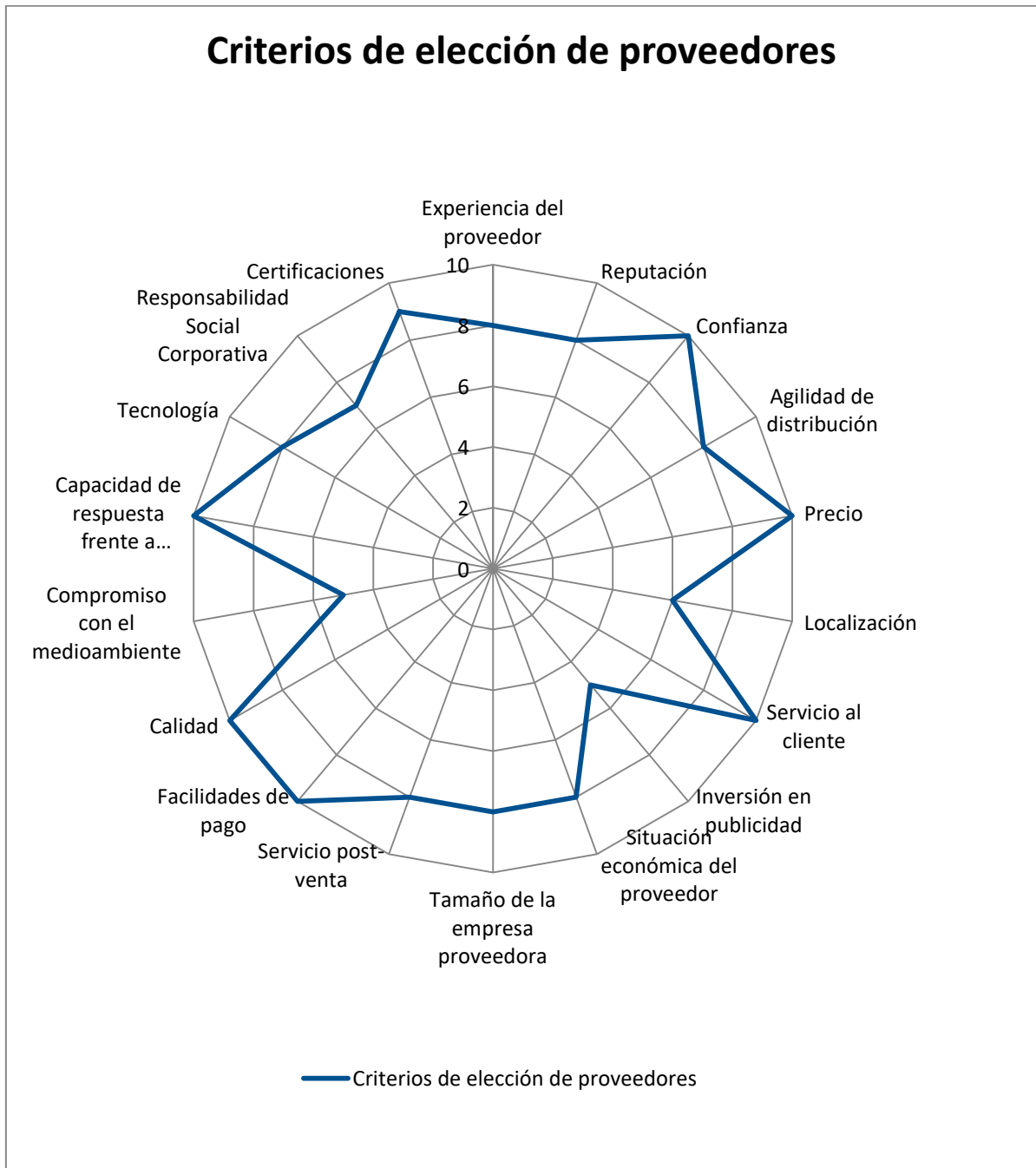


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 87. Criterios de elección ET24



Los factores que menor importancia le ha asignado la ET24 ha sido a inversión en publicidad y compromiso con el medio ambiente.

Por otro lado, los factores con mayor relevancia han sido: facilidad de pago, calidad, servicio al cliente, precio, confianza y capacidad de respuesta frente a imprevistos.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa tienen un alto poder de negociación, ya que apenas existen productos sustitutivos

Los proveedores de soldadura tienen un menor poder negociador debido a que hay más empresas que ofrecen estas actividades.

Por otro lado, las empresas que ofrecen servicios jurídicos, fiscales y laborales tienen un bajo poder negociador, ya que existe mucha competencia en estos sectores.

Por último, las empresas de recursos humanos que ofrecen formación tienen un poder negociador medio bajo, porque cada vez hay más empresas que ofrezcan estos servicios.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

En la empresa ET24, las materias primas que demanda son las siguientes: perfilería de hierro, tubería de cobre, lana de vidrio para conductos, tuberías plásticas de PPM y polietileno.

Las demás necesidades de la empresa son de soldadura y poliuretano, de servicios tanto jurídico, fiscal y laboral y de formación.



Tabla 77. Necesidades presentes ET24.

Necesidades presentes

194

Materias primas	Perfilería de hierro, tubería de cobre, lana de vidrio para conductos, tuberías plásticas de PPM y polietileno.
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Soldadura y poliuretano
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Jurídico, laboral y fiscal
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Formación



Informe individual ET25

Principales características de la empresa

La empresa ET25 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Su principal actividad es la distribución de impresoras 3D y fabricación de elementos en 3D.

196

Tabla 78. Características ET25

Características	
Código de la empresa	ET25
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B-235997XX
CNAE	2620
Sector	Terciario
Antigüedad	6-15 años
Número de trabajadores/as	Entre 50-249 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Ninguno
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Entre 50.000-200.000 euros

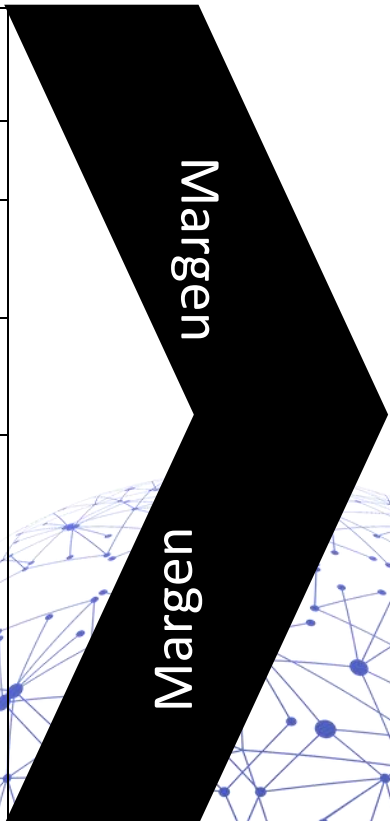


Definición de su cadena de valor

Tabla 79. Cadena de valor ET25.

197

<p>Aprovisionamiento: La empresa adquiere las materias primas necesarias, que normalmente son productos transformados como pueden ser tornillos, herramientas, pinturas, cableado o placas.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: Es este aspecto la ET24 cuenta con los procesos más desarrollados en el campo de la fabricación 3D de distintos sectores, desde la industria aeroespacial hasta la medicina.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, esta empresa realiza las actividades que conlleva este apartado, además contrata a empresas para actividades relacionadas con la selección de personal.</p>				
<p>Infraestructura: En la parte de <i>infraestructura física</i>, la empresa cuenta con tiendas físicas y online, nave donde fabrica los componentes y oficinas. Como actividades complementarias para la dirección del negocio (<i>infraestructura organizativa</i>), la empresa contrata actividades relacionadas con la logística.</p>				
<p>Logística interna: La empresa gestiona la entrada y almacenamiento de los productos transformados.</p>	<p>Producción: La empresa transforma las materias primas en la nave industrial fabricando los productos que han demandado anteriormente los clientes de distintos sectores.</p>	<p>Logística externa: La empresa distribuye su producto final a los diferentes clientes.</p>	<p>Marketing: La empresa utiliza la página Web y las redes sociales, además cuenta con tienda Online en su página Web.</p>	<p>Servicio post-venta: Esta empresa cuenta con un servicio técnico durante las 24 horas.</p>



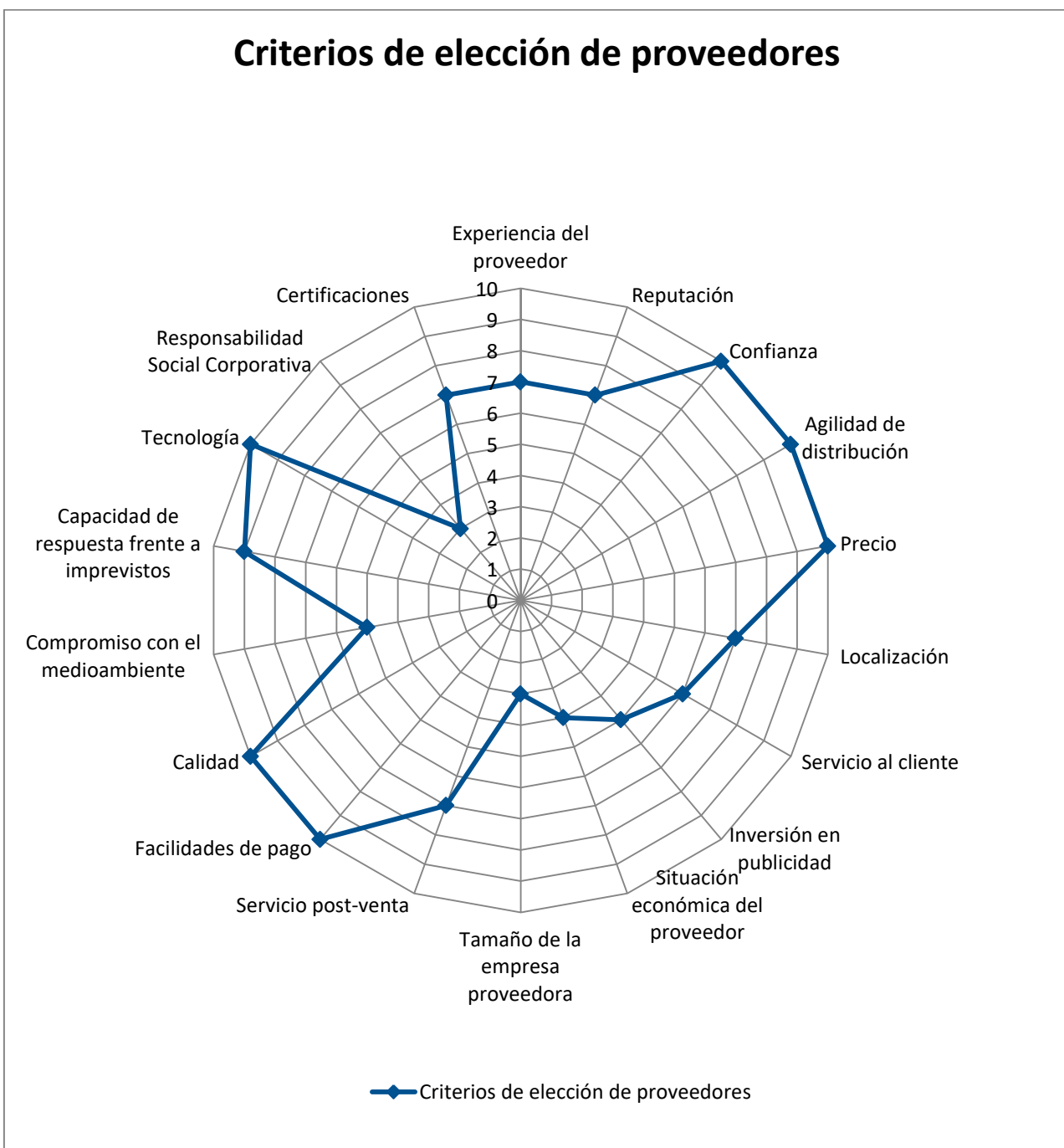
Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 87. Criterios de elección ET25

Criterios de elección de proveedores



Los factores que menor relevancia tienen para esta empresa son la responsabilidad social corporativa y el tamaño de la empresa proveedora. En cambio los que mayor puntuación han obtenido para la ET25 son facilidades de pago, calidad, tecnología, confianza, agilidad de distribución y precio.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de esta empresa tienen un alto poder negociador debido a la dificultad de encontrar empresas que oferten materiales para la impresión 3D. Si bien es cierto que se encuentra en crecimiento y cada vez el poder negociador será inferior.

En cuanto a diseño de planes y componentes electrónicos las empresas proveedoras también tienen un poder negociador alto.

Los proveedores del transporte tienen un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas que ofrezcan estos servicios.

Las empresas de marketing y ventas también tienen un bajo poder negociador debido a la competencia en el sector del marketing.

Por otro lado, las empresas que ofrecen servicios jurídicos, fiscales y laborales tienen un bajo poder negociador, ya que existe mucha competencia en estos sectores.

En cambio, las empresas que desarrollen actividades de investigación y desarrollo como puede ser el diseño de planes tienen un alto poder negociador debido a que hay pocas empresas que ofrezcan estos servicios.

Por último, las empresas de recursos humanos que ofrecen reclutamiento tienen un poder negociador bajo, porque hay muchas empresas que se dediquen al reclutamiento de personal para otras empresas.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

En la empresa ET25 demanda tornillos, herramientas, componentes electrónicos, cableado, pantallas y pinturas como materia prima.

Por otro lado demanda diseño de planes, piezas finales metálicas y componentes tecnológicos, además de logística, paquetería y pallets, actividades de marketing, actividades de contabilidad fiscales y laborales, diseño de planes de I+D+i y reclutamiento.



Tabla 80. Necesidades presentes ET25.

Necesidades presentes

200

Materias primas	Tornillos, herramientas, componentes electrónicos, cableado, pantallas y pintura
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	diseño de planes, piezas finales metálicas y componentes tecnológicos
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Marketing
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Contable, laboral y fiscal
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Diseño de planes
Actividades de recursos humanos	Reclutamiento



Informe individual ET26

Principales características de la empresa

La empresa ET26 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Se dedica al diseño e impresión en distintos formatos.

Tabla 81. Características ET26

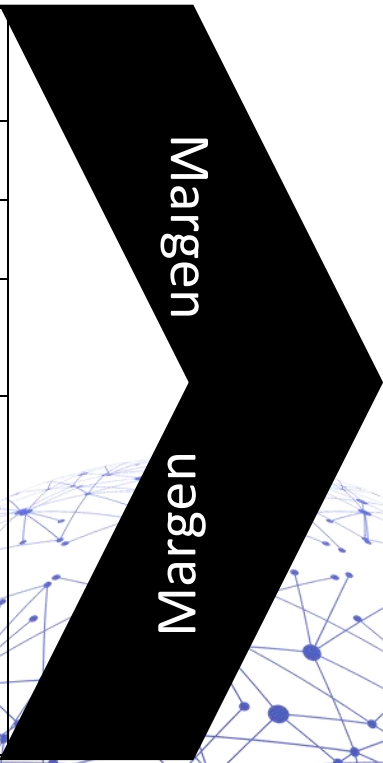
Características	
Código de la empresa	ET26
Forma jurídica	Sociedad de Responsabilidad Limitada
CIF	B-232568XX
CNAE	1812
Sector	Secundario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 10-49 trabajadores/as
Facturación	Entre 1-10 millones de euros
Mercado	Nacional
% ventas en Jaén	26%-50%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, FSC, PFC, PRODUCTO GRAFICO ANDALUZ SOSTENIBLE
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

Definición de su cadena de valor

Tabla 82. Cadena de valor ET26.

203

Aprovisionamiento: La empresa adquiere las materias primas necesarias para realizar su actividad como puede ser papel, cartón y tinta para impresoras entre otras.					
Desarrollo tecnológico: Es este aspecto esta empresa es pionera en el ámbito de las artes gráficas. Cuenta con las impresoras más modernas y la maquinaria más avanzada para post-impresión.					
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, esta empresa realiza las actividades de reclutamiento y selección.					
Infraestructura: En la parte de <i>infraestructura física</i> , la empresa cuenta con una nave industrial donde realiza los proyectos que van demandando los clientes. Como actividades complementarias para la dirección del negocio (<i>infraestructura organizativa</i>), la empresa contrata a empresas para el transporte.					
Logística interna: La empresa gestiona la entrada y almacenamiento de la materia prima (papel, cartón, tinta para impresora, pintura)	Producción: La empresa diseña los proyectos en la nave industrial y posteriormente los imprime en esta nave.	Logística externa: La empresa distribuye su producto final a los diferentes clientes mediante empresas de transporte.	Marketing: La empresa utiliza la página Web y Facebook como principal forma de promoción.	Servicio post-venta: Esta empresa tiene un servicio de atención al cliente de lunes a viernes.	

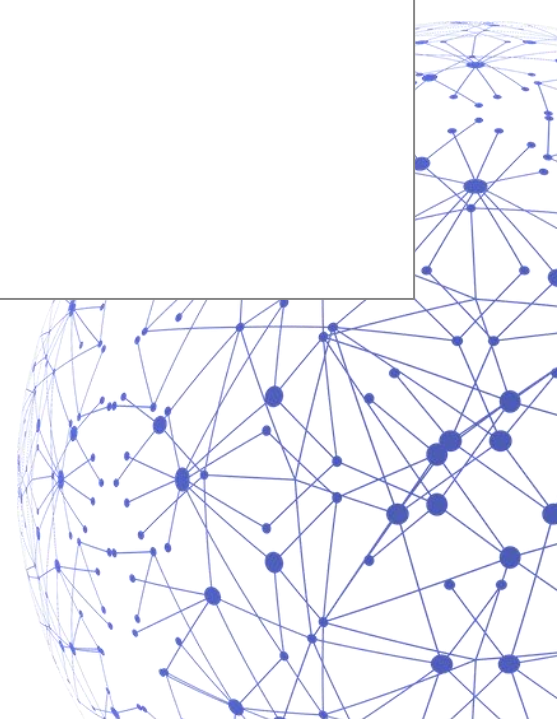
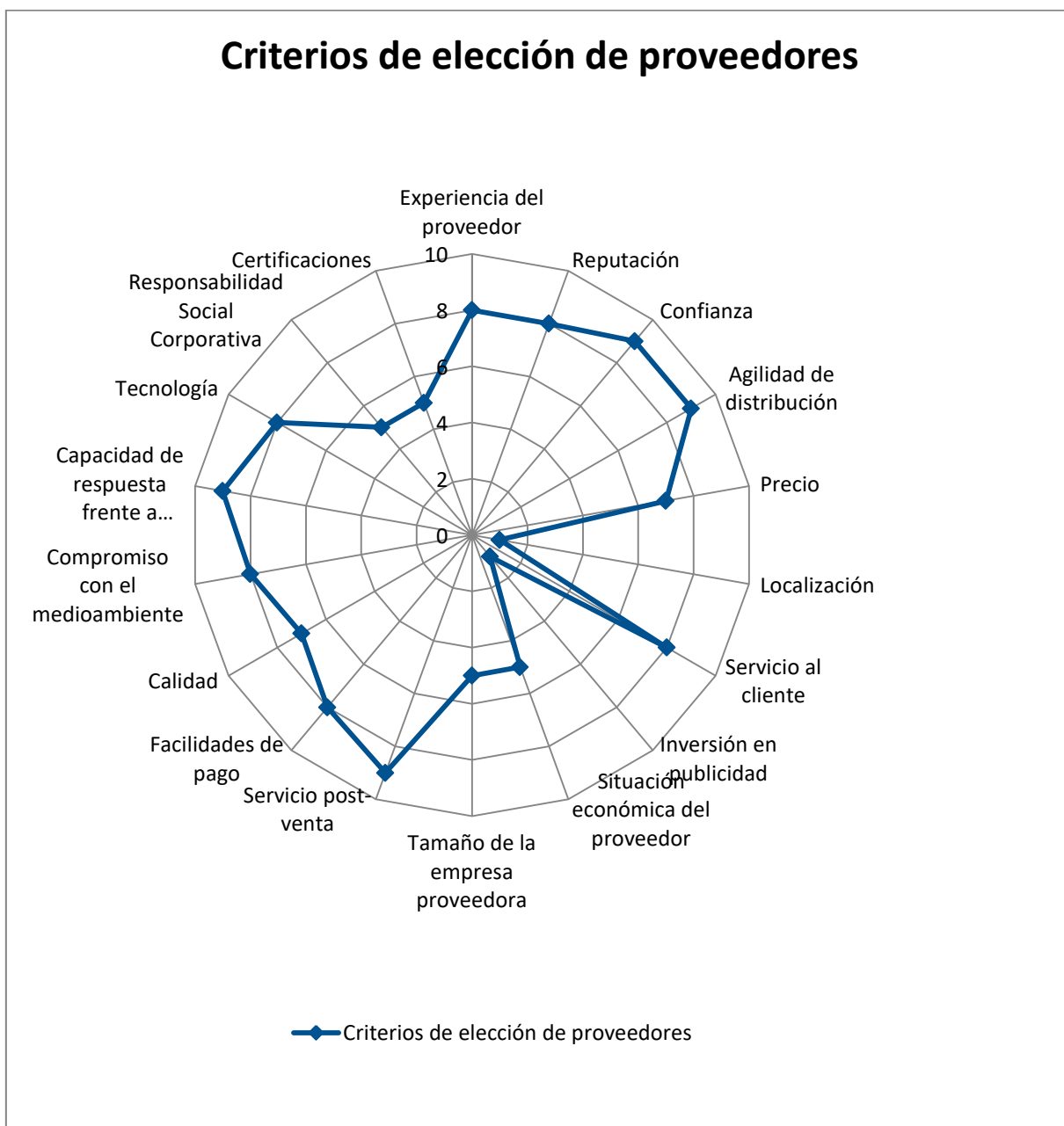


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 88. Criterios de elección ET26



Los factores con menor relevancia para la empresa ET26 son inversión en publicidad y localización, por otro lado las mayores puntuaciones la obtiene capacidad de respuesta frente a imprevistos, confianza, agilidad de distribución y servicio post-venta.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de esta empresa tienen un medio alto poder negociador debido a que no hay muchas empresas que oferten tintas de impresora papel y cartón.

En cuanto a proveedores de encuadernación, acabado de cajas plastificados y grandes formatos, tienen un alto poder negociador debido al bajo número de empresas que ofrece estas actividades.

Las empresas de logística tienen un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas que ofrezcan estos servicios.

Las empresas de marketing para ventas y comunicación también tienen un bajo poder negociador debido a la competencia en el sector del marketing.

Por otro lado, las empresas que ofrecen servicios jurídicos, fiscales y laborales tienen un bajo poder negociador, ya que hay muchas empresas que ofrezcan estos servicios

Por último, las empresas de recursos humanos que ofrecen servicios de coach tienen un alto poder negociador debido a que estas actividades no están muy demandadas.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

En la empresa ET2 demanda papel, planchas cinc, plástico film, tintas, luz, cartón y moldes

Por otro lado demanda encuadernación, acabado de cajas, plastificados, grandes formatos. Actividades de logística, de marketing para ventas y comunicación, servicios jurídicos, laborales y fiscales y servicios de coach en recursos humanos.



Tabla 83. Necesidades presentes ET26.

Necesidades presentes

206

Materias primas	Papel, planchas cinc, plástico film, tintas, luz, cartón y moldes
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Encuadernación, acabado de cajas, plastificados, grandes formatos
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Marketing para ventas y comunicación
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Jurídico, laboral y fiscal
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Servicios de coach



Informe individual ET27

Principales características de la empresa

La empresa ET27 es una Sociedad de Responsabilidad Limitada dedicada al sector metal-metálico.

208

Tabla 84. Características ET27

Características	
Código de la empresa	ET27
Forma jurídica	Sociedad Responsabilidad Limitada
CIF	B-233367XX
CNAE	2561
Sector	Secundario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Entre 10 y 49 trabajadores
Facturación	Entre 1 y 10 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 51%-75%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, IATF 16949
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Diseño/Ingeniería, Producción, Calidad, Comercial/Ventas, Administración, RRHH, I+D+i
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

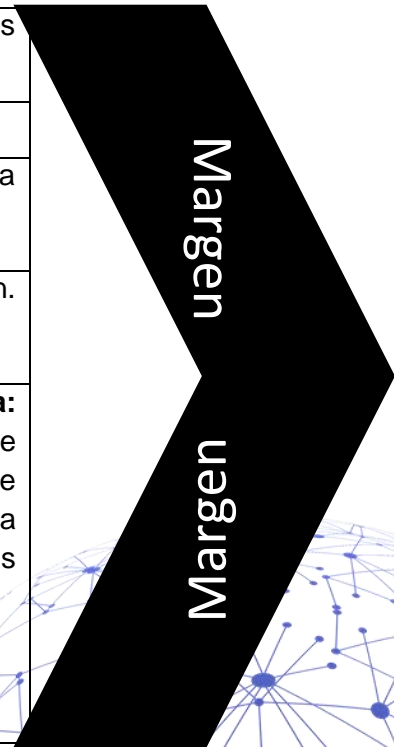


Definición de su cadena de valor

Tabla 85. Cadena de valor ET27.

209

Aprovisionamiento: Esta empresa adquiere la materia prima y en su nave industrial realiza todas las actividades relacionadas con la transformación de esta.				
Desarrollo tecnológico: Esta empresa cuenta con la tecnología más avanzada en todos sus procesos de fabricación.				
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el reclutamiento y selección la empresa externaliza estas actividades a empresas que ofrecen estos servicios.				
Infraestructura: En la parte de <i>infraestructura física</i> , la empresa cuenta con dos naves industriales para la fabricación. (<i>infraestructura organizativa</i>), la empresa contrata a empresas para la robotización, automoción y maquinaria industrial.				
Logística interna: La empresa gestiona la entrada de acero y otras materiales, para su almacenamiento o fabricación.	Producción: La empresa transforma el producto a petición de sus clientes.	Logística externa: La empresa no se encarga de distribuir su producto. Son otras empresas las que se encargan de ello.	Marketing: La empresa utiliza la página Web, y las redes sociales como principal medio publicitario.	Servicio post-venta: Esta empresa dispone de un servicio de atención al cliente para solucionar posibles incidencias.

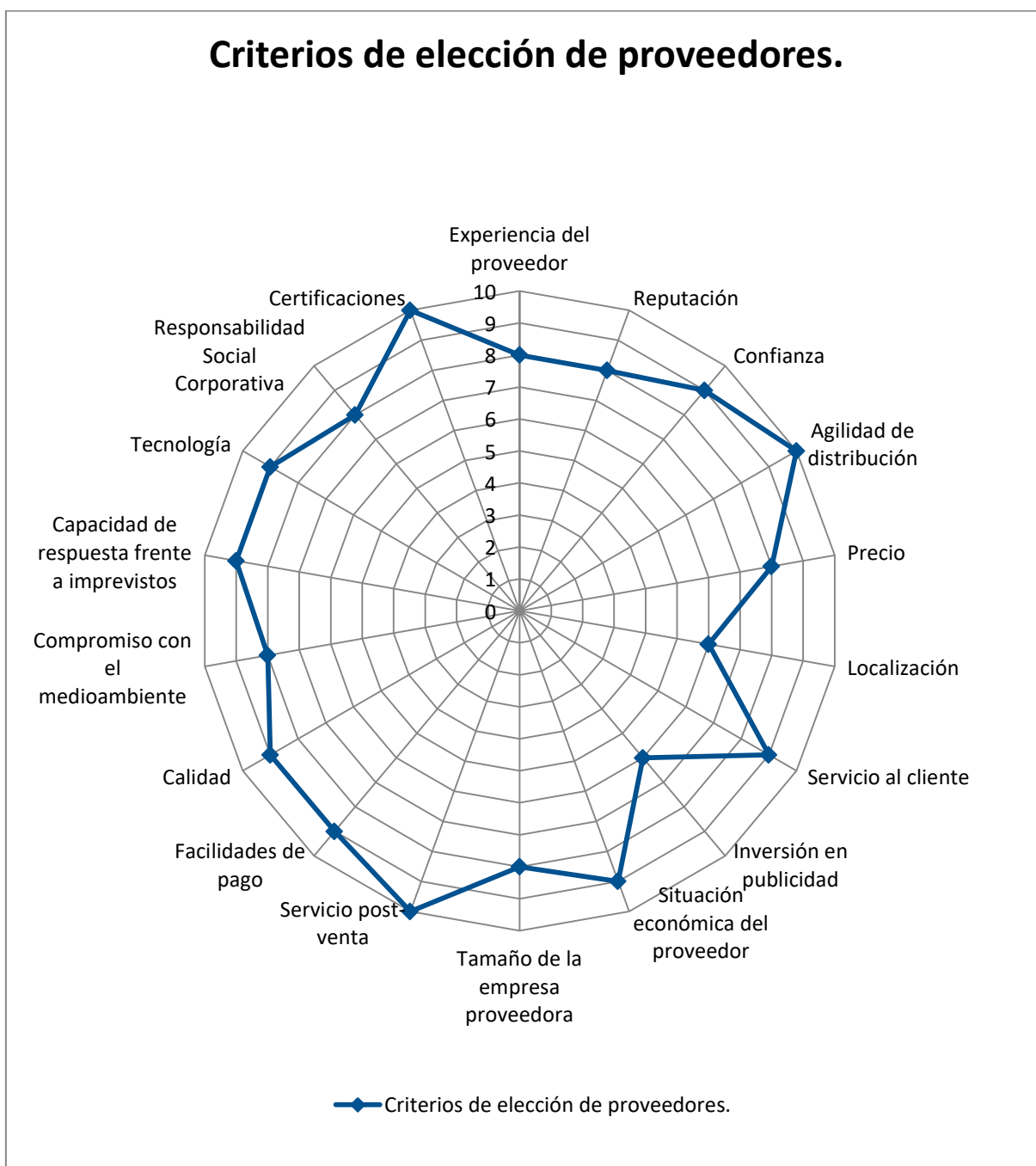


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 86. Criterios de elección ET27



Para la empresa ET27 todos los factores que se pueden ver en el gráfico anterior son relevantes. No obstante los que indica con mayor puntuación son agilidad de distribución, certificaciones y servicio post-venta.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

211

Los proveedores de materia prima de esta empresa, como son las empresas dedicadas a la producción de acero, productos químicos o pinturas tienen un bajo poder negociador debido al elevado número de empresas que ofrecen estos productos.

En relación con los proveedores de marketing y ventas tendrán un bajo poder negociador debido a la multitud de empresas que ofrecen estos servicios.

Por otro lado los proveedores relacionados con los servicios jurídicos y fiscales un poder bajo de negociación motivado por el gran número de empresas que ofrece estos servicios.

En cuanto a proveedores de servicios I+D+i, estos tendrán un alto poder negociador debido a la escases de empresas que ofrezcan estos servicios.

Por último, las empresas de recursos humanos que ofrecen reclutamiento tienen un bajo poder negociador debido a que estas actividades la ofrecen muchas empresas.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

En la empresa ET27 demanda acero, productos químicos de tratamiento de pinturas y recambio necesario de maquinaria

Por otro lado demanda marketing para una web, empresas que ofrezcan servicios fiscales y jurídicos, empresas de robotización, maquinaria industrial y robotización y una empresa de recursos humanos.

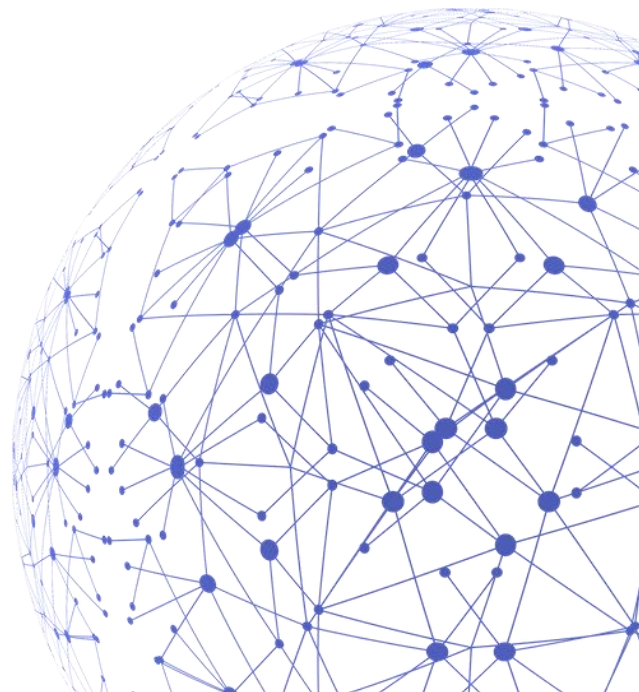


Tabla 87. Necesidades presentes ET28.

Necesidades presentes

212

Materias primas	Acero, Productos Químicos de tratamiento de pinturas, Recambio necesario de maquinaria
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Irrelevante
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Irrelevante
Actividades de ventas y marketing	Web
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Jurídico y fiscal
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Ingeniería de robotización, maquinaria industrial y automatización
Actividades de recursos humanos	ETT



Informe individual ET28

Principales características de la empresa

La empresa ET28 es una Sociedad Anónima dedicada a la comercialización de aceite de oliva.

214

Tabla 88. Características ET28

Características	
Código de la empresa	ET28
Forma jurídica	Sociedad anónima
CIF	A-236505XX
CNAE	4633
Sector	Primario
Antigüedad	De a 6 a 15 años
Número de trabajadores/as	Menos de 10 trabajadores
Facturación	Más de 50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, Certificados ecológicos.
Áreas funcionales	Logística y aprovisionamiento; Calidad, Comercial/Ventas, Administración
Inversión en I+D+i	Menos de 50.000 euros

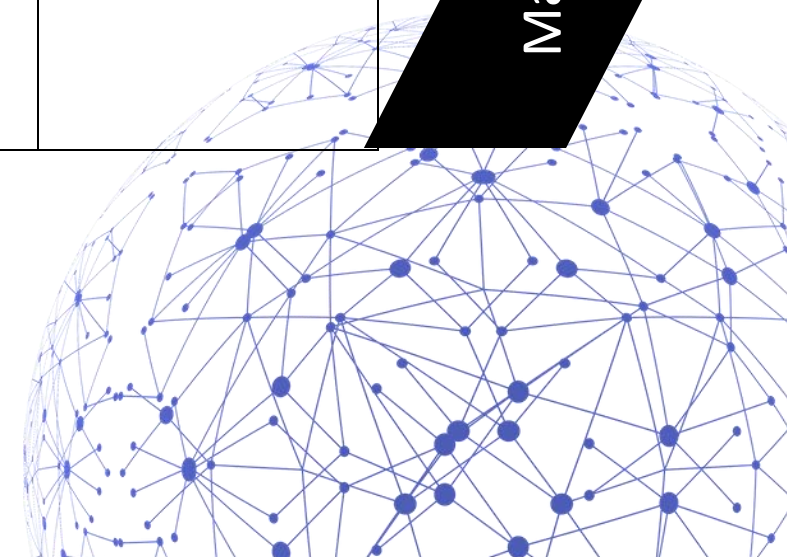
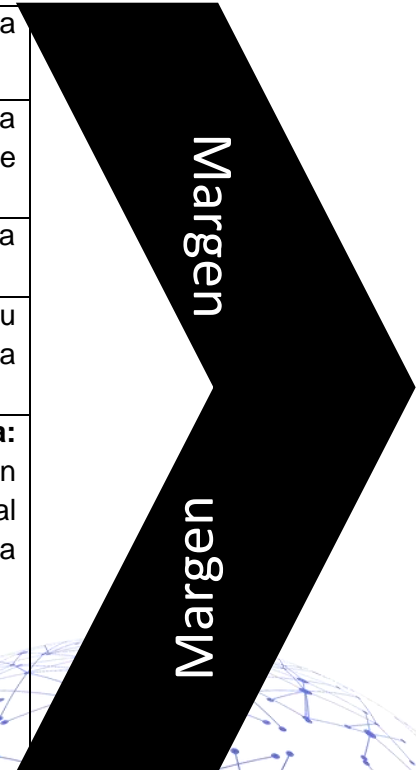


Definición de su cadena de valor

Tabla 89. Cadena de valor ET28.

215

Aprovisionamiento: Esta empresa adquiere la materia prima, en sus almazaras y posteriormente se envasa para venderlo a sus clientes.					
Desarrollo tecnológico: Esta empresa cuenta con la tecnología más avanzada en todos sus procesos para la elaboración del aceite, reposo y envasado priorizando este último debido a la cantidad de litros de aceite que se encuentra almacenado para cubrir cualquier demanda.					
Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el reclutamiento y selección la empresa externaliza estas actividades a otras empresas.					
Infraestructura: En la parte de <i>infraestructura física</i> , la empresa cuenta con almazaras para el almacenamiento de su producto.. Como actividades complementarias para la dirección del negocio (<i>infraestructura organizativa</i>), la empresa contrata a empresas para el transporte.					
Logística interna: La empresa gestiona la entrada de aceituna, produce el aceite en las distintas almazaras y lo almacena para su posterior venta.	Producción: La empresa produce el aceite de oliva en sus almazaras.	Logística externa: La empresa distribuye su producto final a los diferentes clientes mediante empresas de transporte.	Marketing: La empresa utiliza la página Web, Facebook, Twitter, LinkedIn y Youtube para promocionar sus productos.	Servicio post-venta: Esta empresa tiene un servicio de atención al cliente de lunes a viernes.	

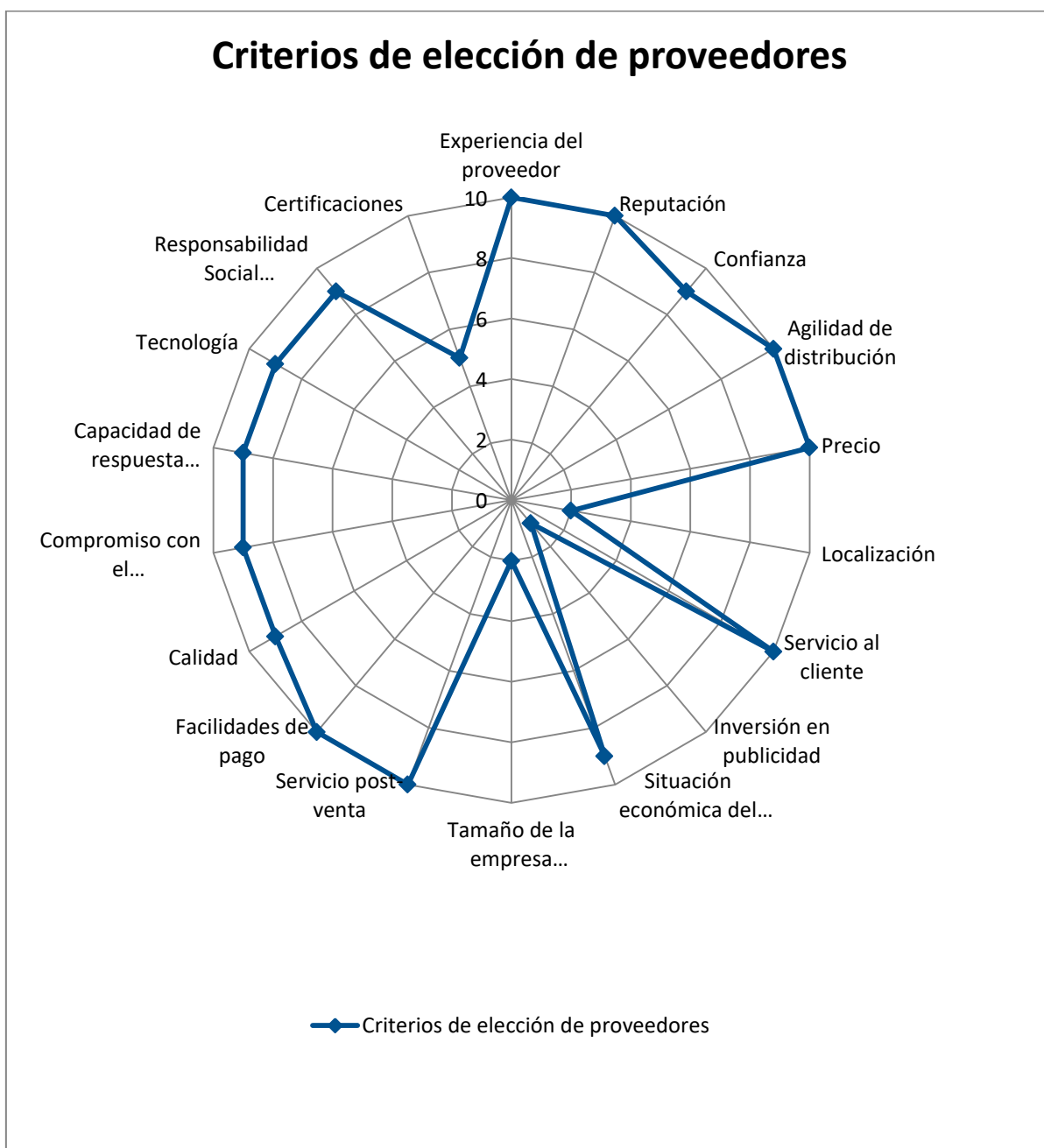


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 90. Criterios de elección ET28



Los factores con menor relevancia para la empresa ET28 son experiencia del proveedor, reputación, agilidad de distribución, precio, servicio al cliente, servicio post-venta y facilidades de pago. Por otro lado los factores menos relevantes han sido inversión en publicidad y tamaño de la empresa proveedora.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de esta empresa, en este caso de hueso de aceituna y palos de poda tienen un bajo poder negociador debido a que son materias primas que se encuentran con facilidad y que tienen escaso valor.

En cuanto a proveedores de cintas transportadoras y repuestos para almazara tienen un medio bajo poder negociador debido a que son proveedores de materiales muy específicos.

Las empresas de logística tienen un poder negociador bajo, ya que existen muchas empresas que ofrezcan estos servicios.

Por otro lado los proveedores relacionados con asuntos legales, administración y contabilidad tienen un poder bajo de negociación motivado por el elevado número de empresas que ofrece estos servicios.

Por último, las empresas de recursos humanos que ofrecen reclutamiento y selección tienen un bajo poder negociador debido a que estas actividades la ofrecen muchas empresas.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

En la empresa ET28 demanda palos de poda y hueso de aceituna.

Por otro lado demanda cintas transportadoras y material para las almazaras, empresas para el transporte de sus productos, empresas relacionadas con los asuntos legales y administración y empresas de recursos humanos.



Tabla 91. Necesidades presentes ET28.

Necesidades presentes	
Materias primas	Palos de poda y hueso de aceituna.
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Mantenimiento de almazaras y cintas transportadoras.
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Jurídico, laboral y fiscal
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Reclutamiento y selección



Informe individual ET29

Principales características de la empresa

La empresa ET29 es una Sociedad Anónima. La actividad principal es la comercialización de productos de alimentación

220

Tabla 92. Características ET29.

Características	
Código de la empresa	ET29
Forma jurídica	Sociedad Anónima
CIF	A-461038XX
CNAE	4640
Sector	Terciario
Antigüedad	Más de 15 años
Número de trabajadores/as	Más de 250 trabajadores/as
Facturación	Más de 50 millones de euros
Mercado	Multinacional
% ventas en Jaén	Entre 0%-25%
Estándares	Norma ISO 9.001:2015, Norma ISO 14.001:2015, Normas alimentarias
Áreas funcionales	Planificación, Logística y aprovisionamiento, Diseño y aprovisionamiento, Producción, Calidad, Marketing, Comercial/Ventas, Administración, RRHH
Inversión en I+D+i	Más de 500.000 euros

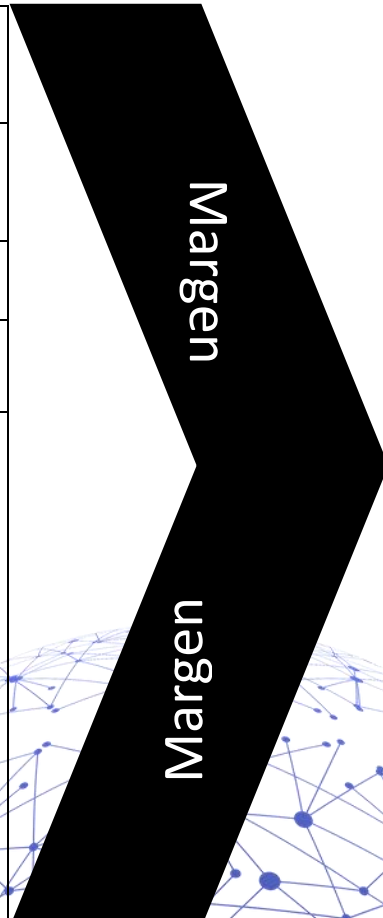


Definición de su cadena de valor

Tabla 93. Cadena de valor ET29.

221

<p>Aprovisionamiento: Esta empresa cuenta con centros de logística donde se almacenan los productos, además en cada establecimiento cuenta con lugares destinados al almacenamiento de productos aunque cada vez procura que el tiempo que pasan sus productos almacenados en tienda sea menor, aumentando la rotación.</p>				
<p>Desarrollo tecnológico: La ET29 cuenta con una web para servicio a domicilio, incide en el aprovechamiento del establecimiento para que los clientes pasen por todas las secciones, cuentan con un envasado eficiente de los productos para que el cliente pueda consumir el producto y que no caduque por culpa del envasado.</p>				
<p>Recursos humanos: En cuanto a los aspectos relacionados con el personal de la empresa, esta empresa forma a sus empleados y se encarga a veces de la selección.</p>				
<p>Infraestructura: Como actividades complementarias para la dirección del negocio, la empresa contrata actividades de transporte. . En lo referente a <i>infraestructuras físicas</i>, la empresa cuenta con centros de logística y establecimientos.</p>				
<p>Logística interna: La empresa tramita la entrada todos los productos que proceden del centro de logística.</p>	<p>Producción: La ET29 en el envase y fabrica el producto final, por ejemplo, comida para llevar en su establecimiento.</p>	<p>Logística externa: La empresa realiza el servicio de entrega del producto final a los clientes. En el caso que el producto se encuentre en el centro de logística contrata a proveedores del transporte para llevarlo a la tienda.</p>	<p>Marketing: Los medios utilizados por la empresa para promocionar a la misma son la página Web de la que se pueden adquirir sus productos y las redes sociales. Cuenta con tarjetas de fidelización.</p>	<p>Servicio post-venta: Atención al cliente, venta a través de la web y servicio a domicilio.</p>

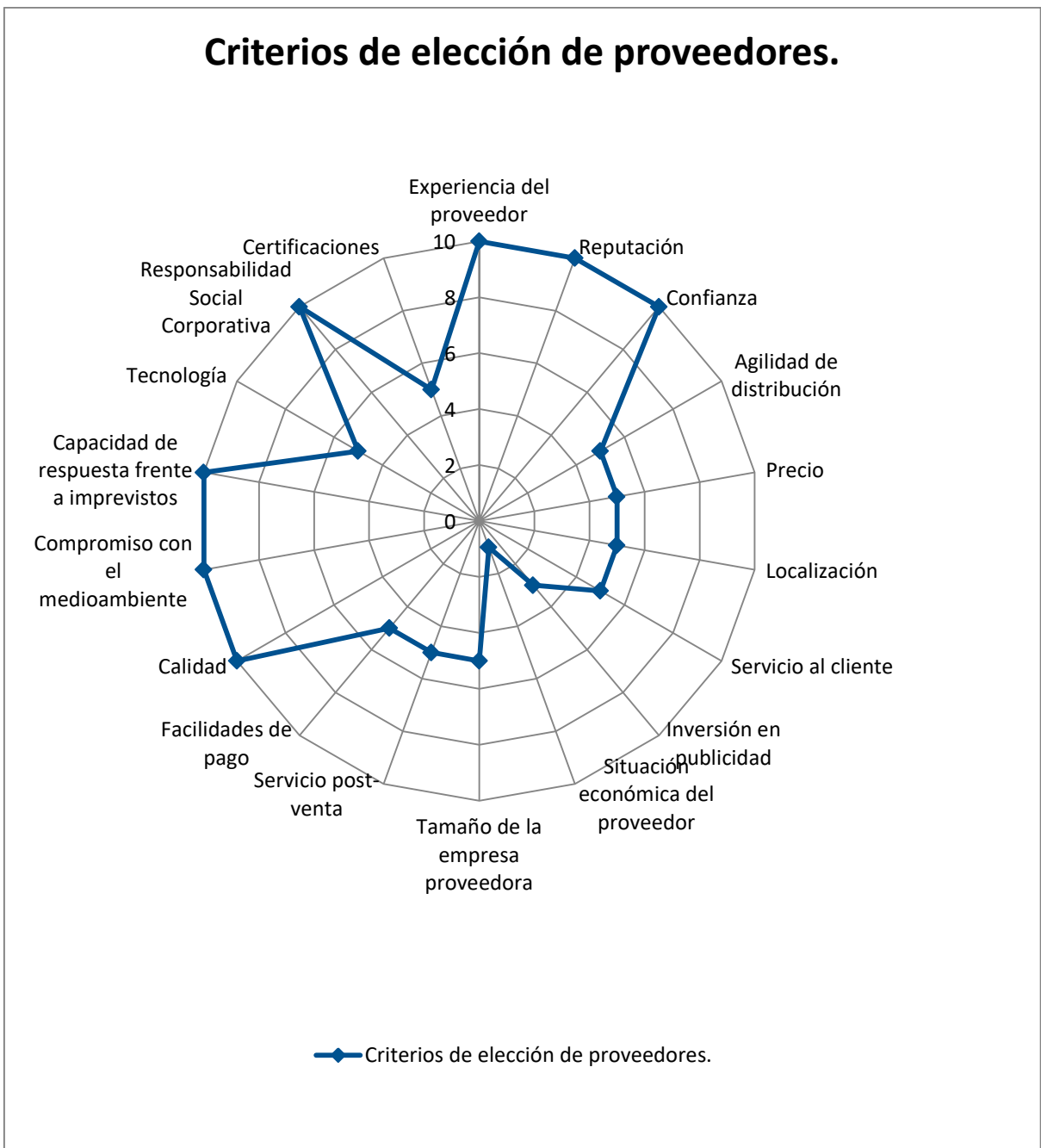


Análisis de los proveedores

Criterios de elección de proveedores

En la tabla siguiente podemos observar la relevancia que otorga la empresa encuesta a cada uno de los criterios de elección de proveedores previamente definidos.

Gráfico 94. Criterios de elección ET29



Los factores que la empresa ha señalado como menos importantes son la situación económica del proveedores y la inversión en publicidad, en cambio las puntuaciones más altas han sido asignadas a experiencia del proveedor, reputación, confianza, calidad, compromiso con el medio ambiente, capacidad de respuesta frente a imprevistos y responsabilidad social corporativa.

Poder de negociación de las empresas proveedoras

Los proveedores de materia prima de la empresa tienen un bajo poder negociador debido a la dificultad para ser proveedor de esta empresa y a la cantidad de productos que demanda.

Las empresas de pintura tienen un poder de negociación bajo, ya que muchas empresas ofrecen ese mismo servicio.

Las empresas de automatismo si tienen un alto poder negociador, pues pocas empresas ofrecen estos servicios, debido a la importante automatización industrial de esta compañía.

Los proveedores de transporte de la empresa, para la recepción y la distribución, tienen menor poder negociador, ya que existen muchas empresas de transporte, todas ofrecen el mismo servicio y los costes de cambio de proveedor no son altos.

Los proveedores del servicio de asesoría legal tienen un bajo poder negociador, ya que se pueden encontrar muchas empresas con el mismo servicio.

Principales demandas actuales de actividades proveedoras

La empresa ET29, al tener como principal actividad la comercialización de productos, demanda materia prima de origen vegetal y animal.

Las demás necesidades de la empresa son de transporte y reclutamiento.

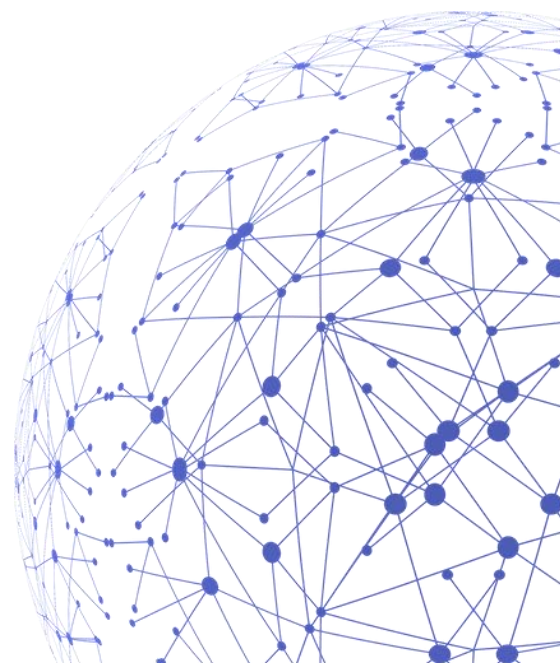


Tabla 95. Necesidades presentes ET29.

Necesidades presentes

224

Materias primas	Origen vegetal y animal
Actividades relacionadas con la calidad, fiabilidad, recepción, almacenamiento y distribución de materias primas	Irrelevante
Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, etc.)	Irrelevante
Actividades asociadas con la recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores	Transporte
Actividades de ventas y marketing	Irrelevante
Actividades de servicio post-venta y atención al cliente	Irrelevante
Actividades de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, formación, etc	Irrelevante
Actividades de investigación, desarrollo y diseño de productos o servicios	Irrelevante
Actividades de recursos humanos	Reclutamiento y selección



4. OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS AUXILIARES

225

Derivadas del análisis y estudio de las empresas tractoras de la provincia de Jaén han sido identificadas demandas de estas compañías que no están siendo satisfechas por empresas auxiliares de la provincia o que no pueden ser cubiertas por las mismas, existiendo unas oportunidades de negocio que pueden ser aprovechadas por dichas empresas auxiliares.

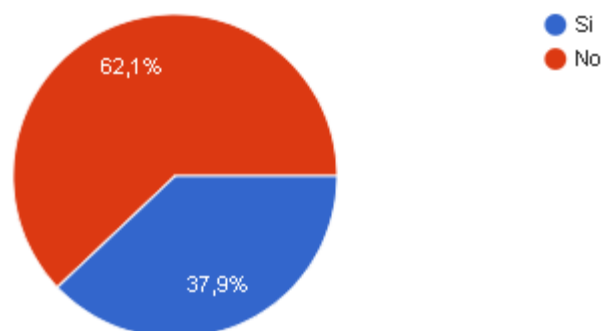
Esta situación supone una oportunidad para las empresas jiennenses si saben adaptarse a los requerimientos de los clientes potenciales.

4.1. Principales retos de las empresas auxiliares de la provincia

En este apartado se enumeran las distintas dificultades que las empresas tractoras encuestadas encuentran a la hora de buscar proveedores dentro de la provincia de Jaén. Estos problemas deben de ser entendidos como retos por las empresas auxiliares de la provincia, los cuáles, con los recursos e incentivos necesarios, podrán ser salvados.

El primer reto que debe ser superado por las empresas auxiliares de la provincia es la experiencia en el sector. Los años de crisis han supuesto el cierre total o parcial de algunas empresas. La capacidad de sobrevivir y perdurar en el tiempo es muy valorada por las empresas tractoras de la provincia. El 62,1% de las empresas tractoras considera que si las empresas locales tuvieran mayor experiencia las tendrían más en cuenta.

Gráfico 92. Reto 1. Mayor experiencia de las empresas de la provincia.

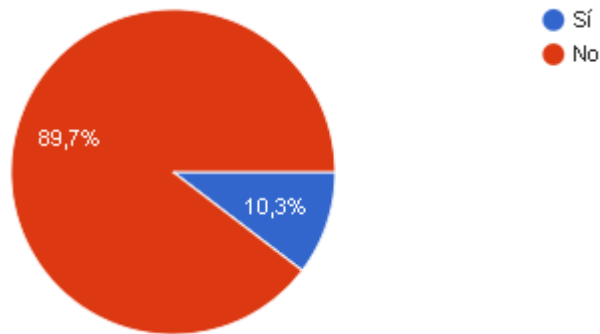


Fuente. Encuesta Proyecto "Jaén Sinergia II". Elaboración propia

El prestigio de los proveedores no es un problema para la mayoría de las empresas al elegir a proveedores locales. Sólo el 10,7% de las empresas tractoras ven como una dificultad el prestigio para contratar a estos.



Gráfico 93. Reto 2. Prestigio de las empresas de la provincia.

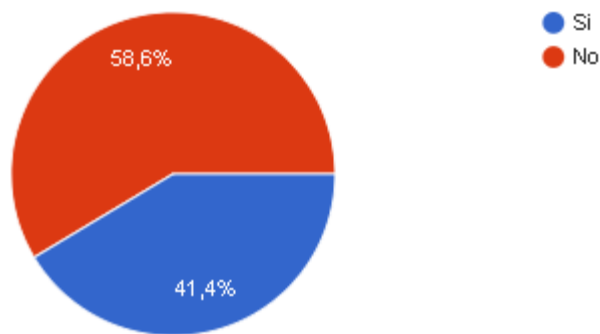


226

Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Más de la mitad de las empresas tractoras no considera que haya una dificultad en la agilidad de distribución para los proveedores locales. Concretamente el 58,6%.

Gráfico 94. Reto 3. Agilidad de distribución empresas de la provincia.

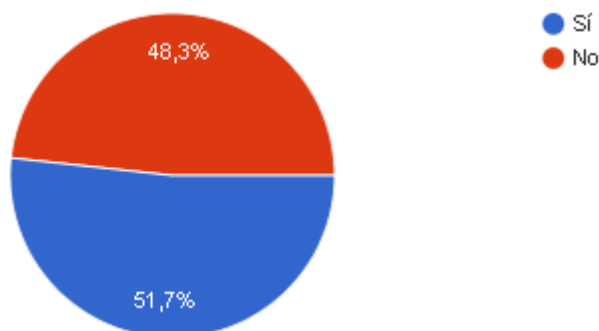


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia



El precio de los productos o servicios que prestan los proveedores es una variable clave a la hora de seleccionar a este. No obstante, más de la mitad de las empresas encuestadas considera que el precio en la provincia de los productos o servicios ofrecidos es una variable que les lleva a buscar proveedores fuera de la provincia. Si bien es cierto que existe equidad en las respuestas y el 48,3% ha respondido que no considera que el precio sea un factor por los que se busca a proveedores fuera de la provincia.

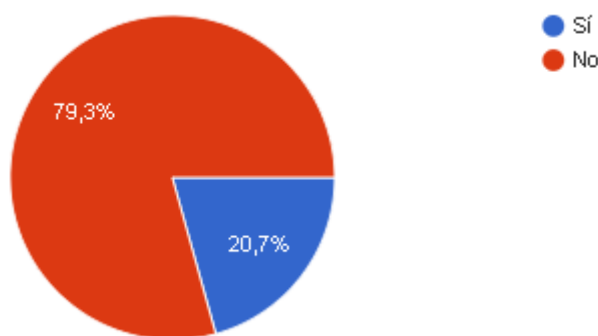
Gráfico 95. Reto 4. Precio del proveedor.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Desde el punto de vista de la localización la mayoría no lo ve un problema debido a la cercanía y comunicación de las empresas en la provincia, exactamente el 79,3% de las empresas encuestadas considera que no es problema, ya que, contratar a proveedores locales es beneficioso para un desarrollo sostenible.

Gráfico 96. Reto 5. Localización del proveedor.

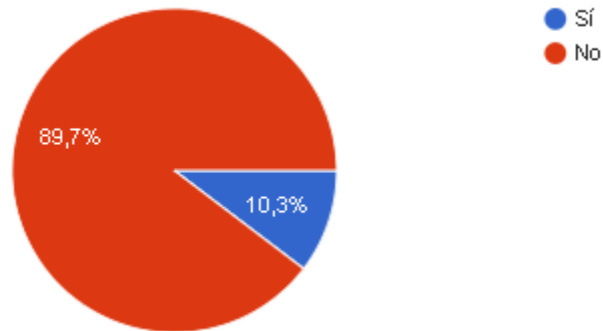


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

En cuanto a la burocracia del proveedor las empresas que han realizado la encuesta no han encontrado dificultades en las empresas de la provincia por lo que no ven excesiva burocracia. Solamente el 10,3% de las empresas tractoras ve excesiva burocracia en las empresas auxiliares.



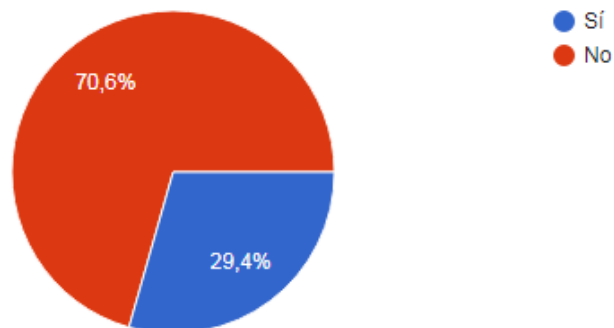
Gráfico 97. Reto 6. Alta burocracia del proveedor.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Otro criterio que las empresas tractoras han manifestado que es positivo es el servicio al cliente en las empresas de la provincia. Concretamente el 72,4% de las empresas encuestadas ha afirmado que no encuentran problema asociados con el servicio al cliente.

Gráfico 98. Reto 7. Servicio del proveedor al cliente.

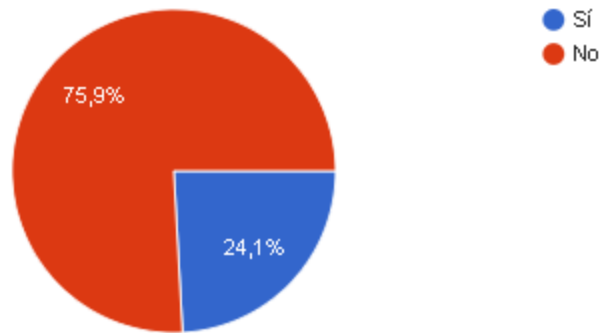


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Las empresas tractoras no han valorado como un inconveniente el tamaño de las empresas auxiliares de la provincia en general, solamente el 24,1% de las empresas no está de acuerdo con la afirmación anterior.



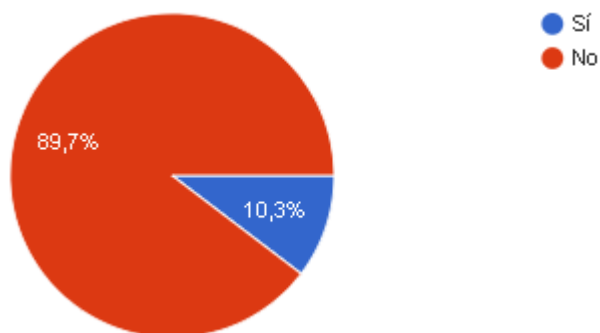
Gráfico 99. Reto 8. Tamaño del proveedor.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

En cuanto al servicio post-venta las empresas tractoras no consideran que haya dificultades a la hora de tener en cuenta a las empresas locales. Por tanto, este es un criterio que las empresas han valorado positivamente. Concretamente el 89,7% considera que no es un problema en las empresas auxiliares.

Gráfico 100. Reto 9. Servicio post-venta



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Por otro lado, en relación con la facilidad de pago las empresas tractoras tampoco encuentran dificultades a la hora de establecer una relación comercial con la empresas auxiliares locales. Sólo el 20,7% de las empresas encuestadas lo considera un problema.

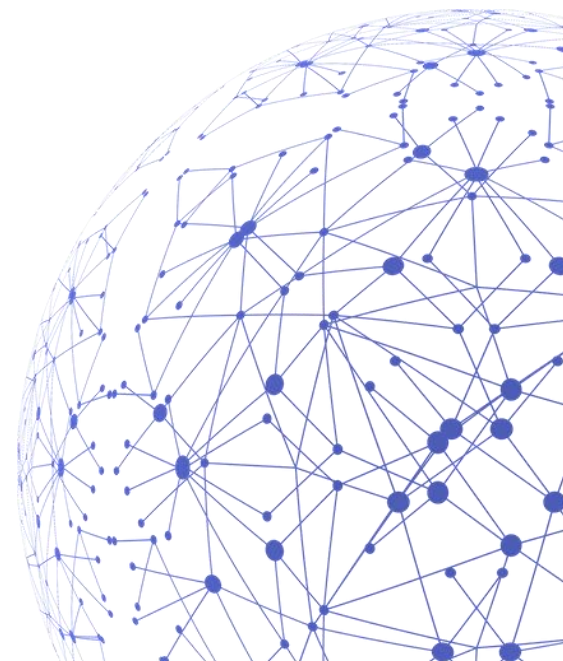
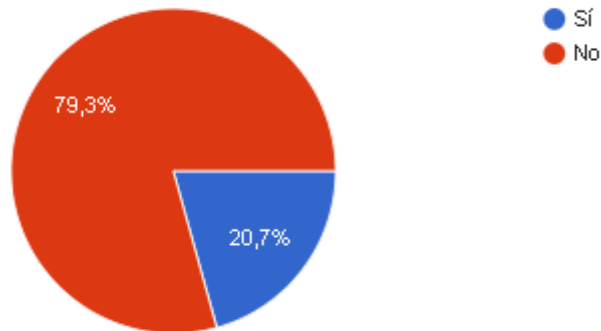


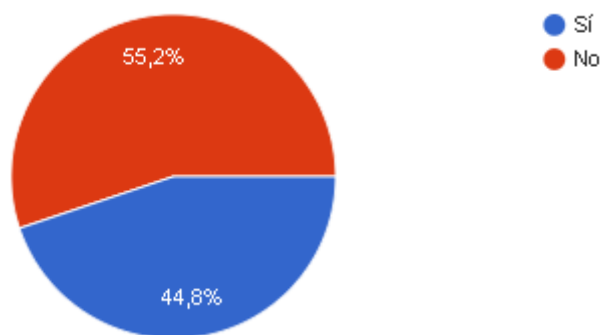
Gráfico 101. Reto 10. Facilidades de pago.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Cuando se le ha preguntado por el criterio de calidad las opiniones han sido diversas, si bien es cierto que más de la mitad de las empresas tractoras no considera que la calidad sea un problema en cuanto a productos y servicios ofrecidos por estas. No obstante el 44,88% de las empresas tractoras han señalado la calidad como aspecto a mejorar.

Gráfico 102. Reto 11. Calidad del proveedor.

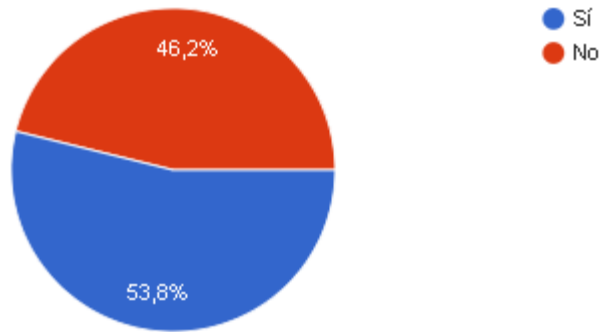


Fuente: Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia



La norma ISO 9.001:2015 es el estándar internacional de carácter certificable que regula los sistemas de gestión de la calidad. El 53,8% de las empresas tractoras encuentra dificultades para encontrar proveedores locales que tengan implantado este estándar.

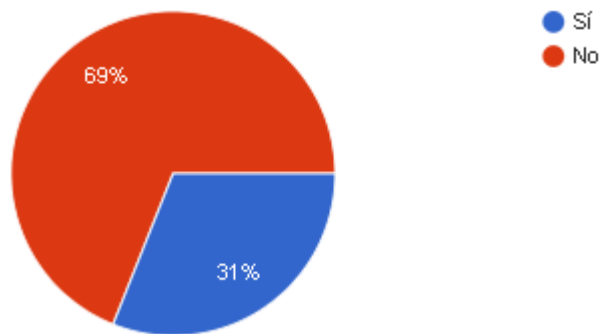
Gráfico 103. Reto 12. Implantación de la ISO 9.001:2015



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

La mayoría de las empresas de la provincia están comprometidas con el medio ambiente, prueba de ello, es que gran parte de las empresas tractoras (69%) no considera que haya dificultades en las empresas auxiliares de la provincia sobre aspectos relacionados con el medio ambiente.

Gráfico 104. Reto 13. Compromiso con el medioambiente.

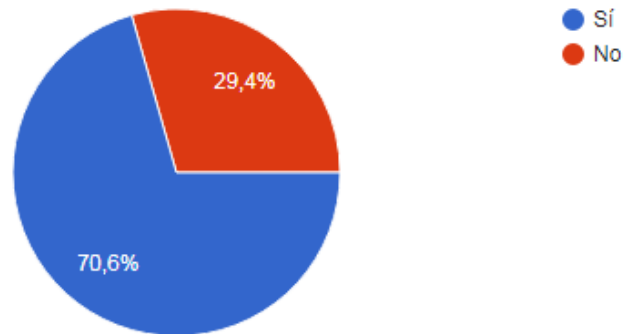


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia



Una de las dificultades que se encuentran las empresas tractoras a la hora de contactar con empresas auxiliares locales es el nivel de tecnología. Solamente el 34,5% de las empresas tractoras no considera un problema la tecnología en la provincia.

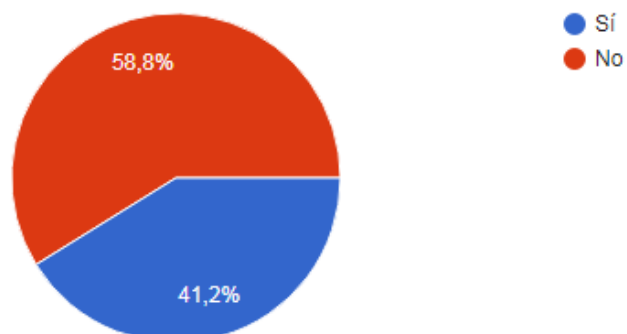
Gráfico 105. Reto 14. Tecnología del proveedor.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

La formación de los trabajadores es importante para poder crecer a nivel profesional, además de favorecer el crecimiento de la empresa. En este aspecto la mayoría de las empresas tractoras no considera que sea un problema para buscar proveedores locales. No obstante el 34,5% de las empresas encuestadas no están de acuerdo y creen que hace falta más cualificación del personal en empresas locales.

Gráfico 106. Reto 15. Cualificación del personal del proveedor.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia



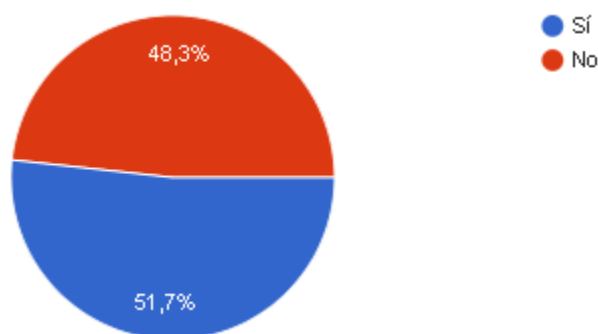
4.2. Tendencias de demanda de las empresas tractoras

En apartado se exponen las necesidades futuras que las empresas tractoras han manifestado con el objetivo de que las empresas auxiliares jiennenses que participan en el proyecto “Jaén Sinergia II” tengan conocimiento de ellas y puedan anticiparse a competidores de fuera de la provincia.

Materias primas

En cuanto a las necesidades futuras de materia prima, el 51,7% va a continuar demandando materia prima para elaborar sus productos.

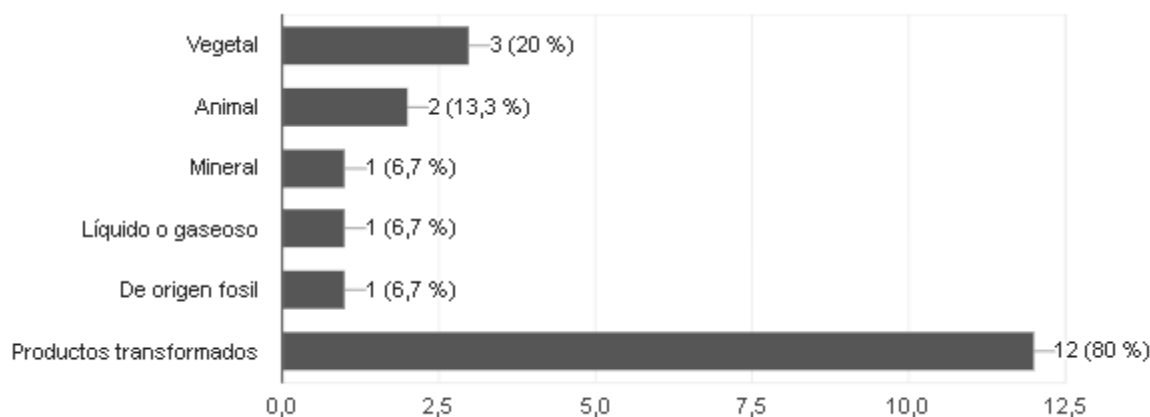
Gráfico 107. Materias primas.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

En cuanto a las necesidades que demandarán las empresas el tipo de materia prima que va a seguir consumiendo serán a ser productos transformados.

Gráfico 108. Tipo de materia prima.

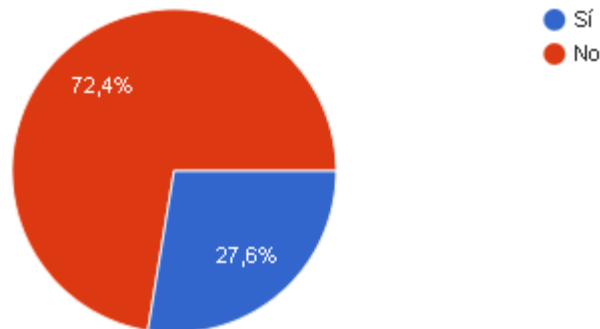


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Logística interna

La mayoría de las empresas en un futuro va a demandar actividades relacionadas con la logística interna. Concretamente el 72,4% de las empresas tractoras necesitarán empresas que les proporcione estas actividades.

Gráfico 109. Actividades de logística interna.

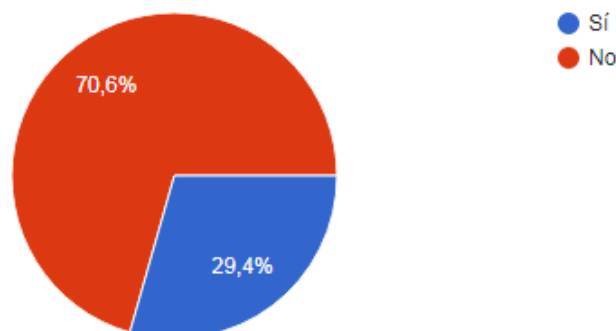


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Actividades de producción

En actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados como puede ser maquinado, ensamble, mantenimiento de equipo, las empresas tractoras van a seguir demandando estas actividades. En concreto el 70,6% de las empresas encuestadas.

Gráfico 110. Actividades de producción.



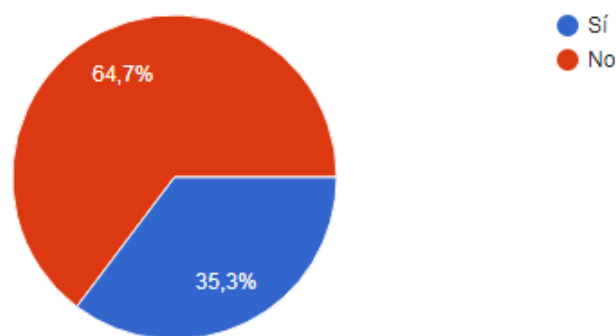
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia



Actividades de logística externa

En cuanto a actividades de logística externa, solamente el 34,5% no va a necesitar estas actividades en un futuro.

Gráfico 110. Actividades de logística externa.

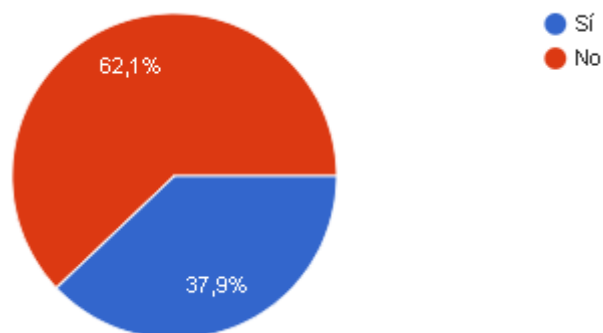


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Actividades de venta y marketing

Por otro lado, en actividades de ventas y marketing, gran parte de las empresas tractoras seguirán demandándolas. El 37,9% de las empresas no tiene previsto contratar estos servicios en el futuro.

Gráfico 111. Actividades de ventas y marketing.



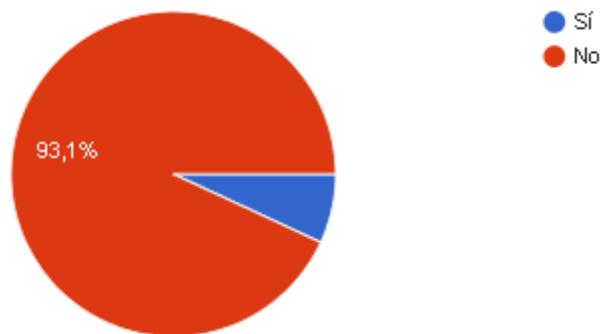
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia



Servicios post venta

Cerca de la totalidad de las empresas piensa que va a necesitar servicios relacionados con la post-venta y atención al cliente en un futuro.

Gráfico 112. Actividades de servicio post-venta y atención al cliente.

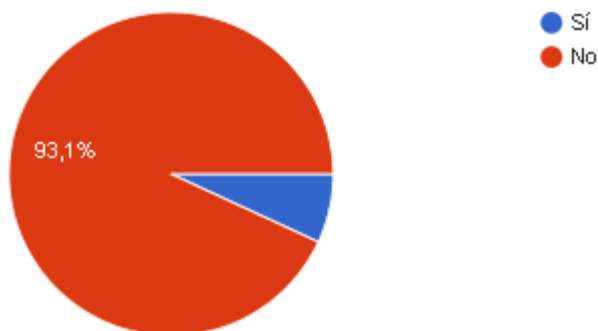


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

Actividades de planificación, contabilidad, asuntos legales o finanzas.

Al igual que en servicio post-venta la mayor parte de las empresas va a demandar actividades relacionadas con la planificación, asuntos legales, servicios jurídicos, finanzas, etc.

Gráfico 113. Actividades de infraestructura.



Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

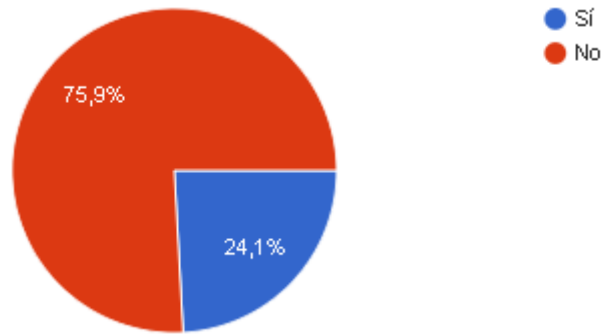


Actividades de desarrollo tecnológico

El 24,1% de las empresas tractoras demandarán actividades relacionadas con la investigación, desarrollo y diseño.

237

Gráfico 114. Actividades de desarrollo tecnológico.

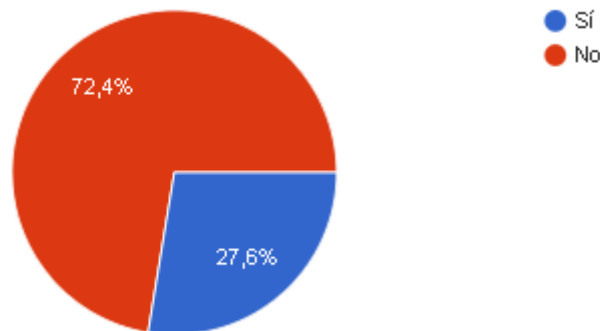


Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia

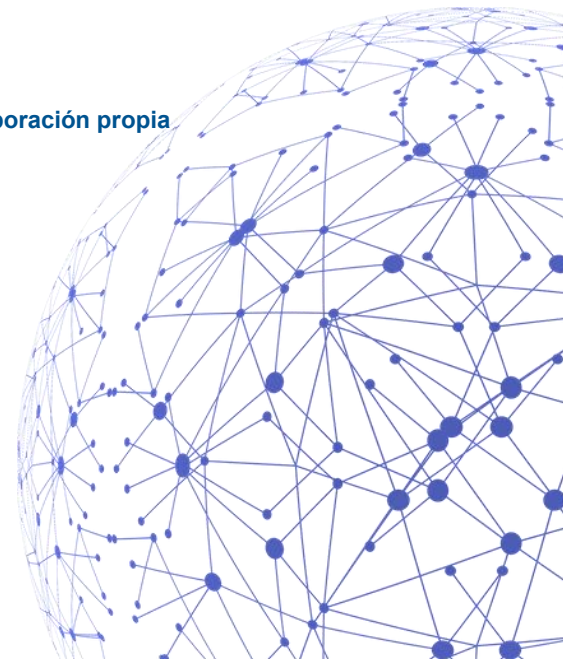
Actividades de recursos humanos

Por último, en cuanto a las actividades de recursos humanos, la mayoría de las empresas piensa que no va a demandar actividades relacionadas con los recursos humanos. Sólo el 27,6% de las empresas encuestadas va a demandar estas actividades.

Gráfico 115. Actividades de recursos humanos.



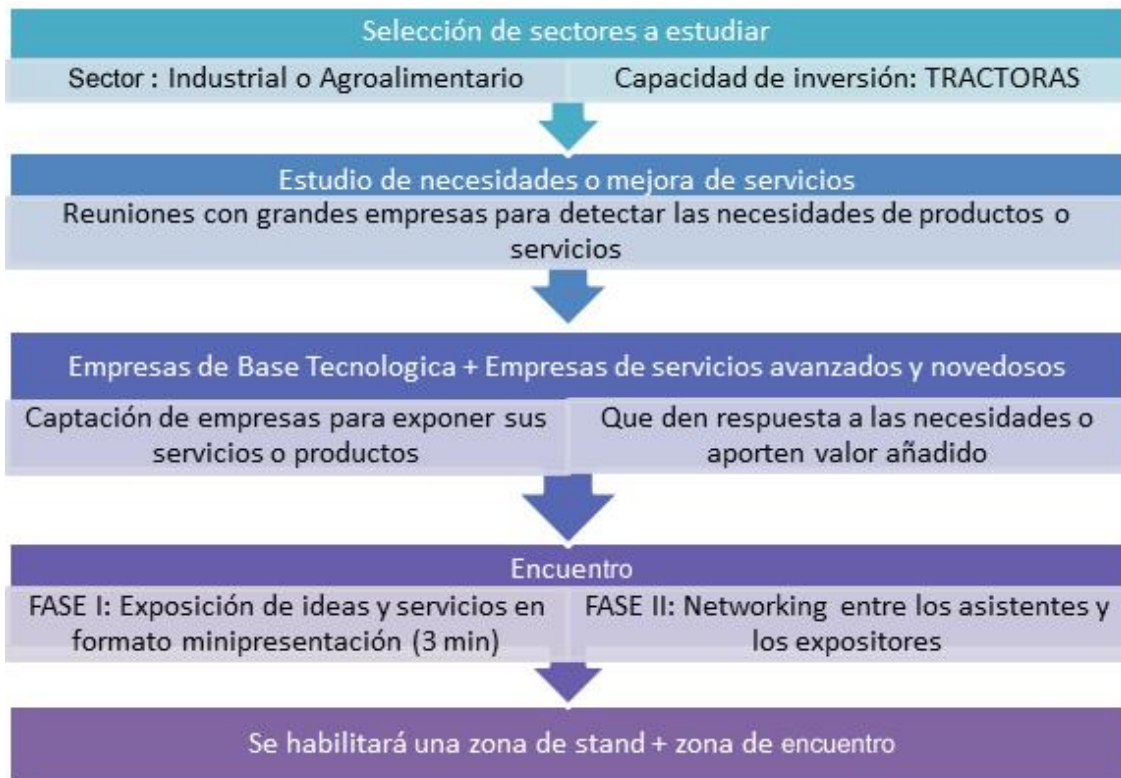
Fuente. Encuesta Proyecto “Jaén Sinergia II”. Elaboración propia



5. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

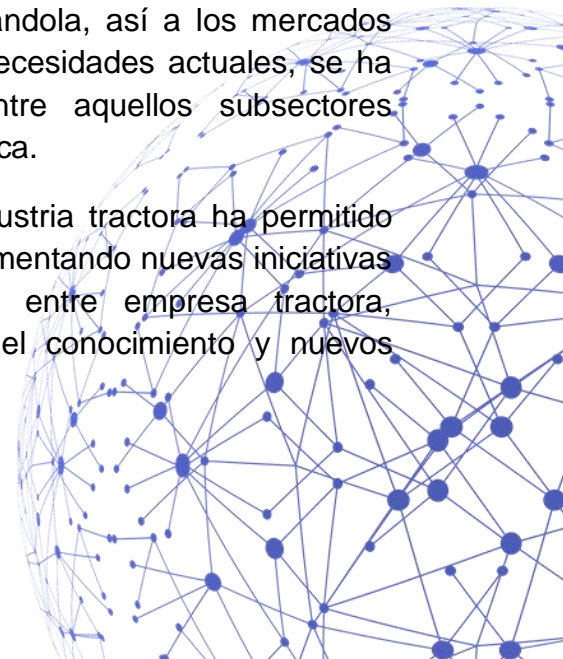
Conviene cerrar este estudio con un resumen de las principales conclusiones que se extraen del análisis de las tractoras de la provincia de Jaén y su repercusión en cuanto a la contratación de proveedores locales.

Se ha efectuado una acción directa que ha posibilitado incorporar a las empresas auxiliares a las cadenas de valor global de las grandes empresas, incrementando su participación en el valor añadido generado por estas empresas, siguiendo el siguiente esquema:



A través de este proyecto se ha conseguido acercar la industria auxiliar a las necesidades actuales de la empresa tractora, conectándola, así a los mercados globales. Asimismo, a través de la detección de las necesidades actuales, se ha incrementado las posibilidades de reconversión entre aquellos subsectores industriales más afectados por la pasada crisis económica.

La identificación de las necesidades futuras de la industria tractora ha permitido trasladar a las empresas auxiliares esta información, fomentando nuevas iniciativas empresariales/industriales, mediante la colaboración entre empresa tractora, Confederación de Empresarios de Jaén, sociedad del conocimiento y nuevos emprendedores.



Por otro lado, se han identificado los obstáculos a los que se enfrentan las empresas tractoras a la hora de contar con proveedores locales (tecnología, formación especializada, trámites administrativos, etc.).

Tras haber analizado las necesidades de las empresas tractoras, así como las empresas auxiliares que puedan satisfacer dichas necesidades, se ha diseñado una parte tecnológica:

239

- Red social: en ella se publican las necesidades que tenga la empresa a través de una publicación, permite consultar y comentar necesidades de las demás empresas participantes y establecer un chat privado para concretar aspectos de las necesidades y/ o ofertas.
- Mapa tecnológico: en un simple vistazo se muestran las capacidades tecnológicas de las empresas participantes en Jaén Sinergia, pudiendo incluso utilizar filtros para afinar los criterios de búsqueda.
- App: toda la información del proyecto en el Smartphone de los participantes.

Indicadores de desempeño

Con el fin de analizar los resultados conseguidos por el proyecto “Jaén Sinergia II”, se han diseñado una serie de indicadores cuantitativos y medibles, con el objetivo de llevar a cabo un estudio continuado de la eficacia de este estudio.

En la primera columna se detallan los indicadores que se han establecido, en la segunda el objetivo que se planteó al inicio del proyecto y en la tercera el resultado al término del primer año. Para facilitar su interpretación visual se ha definido un código de colores:

Verde- objetivo sobrepasado

Negro- objetivo conseguido



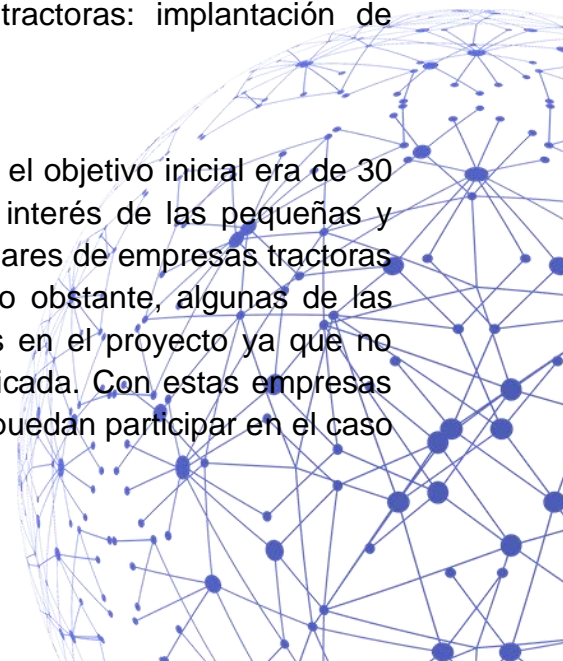
Indicadores	Objetivo	Conseguido
1-Número de empresas tractoras nuevas participantes en el proyecto	10	12
2-Número de asesoramientos específicos entre las empresas auxiliares participantes	20	20
3-Número de asistentes a las jornadas de networking empresarial	32	67
4-Número de empresas auxiliares participantes en el proyecto	30	31
5-Número de encuentros empresariales (Networking).	3	3
6-Número de acuerdos establecidos entre empresas tractoras y empresas auxiliares	5	7
7- Número de localidades representadas en el proyecto	10	17

El objetivo inicial fijado de empresas tractoras durante el diseño del proyecto fueron 10 participantes, pero debido a la apuesta firme por fortalecer el tejido empresarial jiennense se decidió abrir el estudio a todas las empresas que desearan participar, consiguiendo involucración de un total de 12 tractoras interesadas en evaluar su cadena de valor para identificar sectores jiennenses que pudieran ser susceptibles de suministrarles bienes o servicios.

Por otro lado, la Confederación de Empresarios de Jaén ha llevado a cabo un total de 20 asesoramientos específicos a empresas auxiliares de la provincia, resolviendo consultas diversas en cuanto a:

- acceso a financiación
- cumplimientos técnicos de los requisitos de las empresas tractoras
- diversificación de mercados
- adaptación a especificaciones de las empresas tractoras: implantación de normativa internacional de sistemas de gestión
- gestión operativa de las empresas auxiliares

Con respecto a la participación de empresas auxiliares, el objetivo inicial era de 30 empresas, consiguiendo finalmente un total de 31. El interés de las pequeñas y medianas empresas jiennenses por convertirse en auxiliares de empresas tractoras de la provincia ha sido mucho mayor del esperado, no obstante, algunas de las empresas interesadas no han podido ser incorporadas en el proyecto ya que no satisfacían ninguna necesidad presente o futura identificada. Con estas empresas se ha creado una base de datos con el objetivo de que puedan participar en el caso



de que participen nuevas empresas tractoras o que se detecten nuevas necesidades.

Por su parte, los tres Networking “Jaén Sinergia II” tuvieron una asistencia y una aceptación muy positiva entre los participantes del proyecto, superando con éxito las expectativas iniciales. En primera instancia se fijó un mínimo de 32 empresas participantes, siendo la realidad de participación de 67 compañías. Estos encuentros, en los que se llevaron a cabo reuniones bilaterales, se efectuaron tras el estudio de las necesidades de las empresas tractoras, por lo que resultaron especialmente provechosos al reunir a éstas con empresas auxiliares que realmente cumplieran con sus especificaciones.

Las relaciones que comenzaron en este encuentro ya están viendo sus frutos y se están traduciendo en acuerdos entre las empresas tractoras y las empresas auxiliares, superando también el indicador inicial que establecía un total de 5 acuerdos. Transcurrido un mes desde el encuentro empresarial, las empresas tractoras han firmado 7 contratos para que las empresas auxiliares le suministren bienes y servicios.

Entre las empresas tractoras y las empresas auxiliares se han representado un total de 17 localidades: Mengíbar, Martos, Úbeda, Guarromán, Jaén, Mancha Real, Torre del Campo, La Carolina, Bailén, Los Villares, Torredonjimeno, Alcalá la Real, Alcaudete, Linares, Cazorla, Canena y Baeza, estando representadas distintas comarcas de la provincia.

Además, aparte de los indicadores establecidos inicialmente, destacan las siguientes cifras generadas del proyecto “Jaén Sinergia II”:

Nº de reuniones comerciales mantenidas tras los networking de “Jaén Sinergia II”:

29



Nº de presupuestos de empresas auxiliares a empresas tractoras:

242

37

Volumen de negocio generado por el proyecto “Jaén Sinergia”

106.281€

Cantidad presupuestada pendiente de aceptación:

472.580€

En conclusión, se puede afirmar que el abanico de sectores y productos/servicios que ha participado en el proyecto ha sido lo suficientemente amplio como para lograr un gran impacto presente y futuro en cuanto a sinergias generadas, y derivadas de las mismas, a medio y largo plazo.

El objetivo último del proyecto ha sido fortalecer el tejido productivo de la provincia creando sinergias y colaboración entre empresas a través de la búsqueda de



soluciones individuales y colectivas, así como la generación de nuevas iniciativas empresariales que puedan surgir para dar respuesta a las demandas de las empresas tractoras.

243

El proyecto, sin embargo, no es finalista, sino que ha implementado un plan de acción sistematizada que permite seguir avanzando en la detección de necesidades de las empresas participantes, por un lado, y en la captación de nuevas firmas, por otro lado. Para ello, se seguirá potenciando los contactos y acuerdos entre las empresas tractoras de la provincia y los proveedores locales potenciales.



Anexo

Anexo 1. Cadena de valor de Porter

Este es el esquema que vamos a seguir para la explicación de la cadena de valor de cada una de las empresas tractoras.

244

