



PROYECTO

AIDECA AYUDA A DIVERSIFICAR LA PRODUCCION DE EMPRESAS ALMANSEÑAS DEL SECTOR CALZADO A TRAVES DEL PROYECTO DIVERSIA

Esta iniciativa trata de mejorar la situación actual de este sector.

El Proyecto está incluido en el programa de reindustrialización, financiado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

AIDECA, ha elaborado una auditoria o diagnóstico en cada empresa del sector calzado que ha permitido determinar qué otros productos pueden fabricar, en épocas de menor producción de calzado, sirviéndose de las maquinarias industriales con las que cuentan en sus empresas, de este modo la actividad de la PYME puede llegar al 100%, durante todos los meses del año. El estudio hace además, un análisis de la proyección al exterior de las empresas, para reflejar la situación actual.

La industria del calzado atraviesa múltiples etapas a lo largo del año, dado su carácter estacional se observan picos de fabricación entre Abril y Noviembre aproximadamente, meses durante los cuales se fabrican los productos de las temporadas de invierno y verano. Esto deja intervalos de tiempo en los que la fabricación disminuye considerablemente, dedicándose exclusivamente a reponer pedidos, con lo cual, la actividad productiva es escasa y en algunos casos nula.

Se ha analizado la estrategia competitiva de las empresas del sector, lo que sirve de base para cada agente implicado en el desarrollo industrial de Almansa, y su posible evolución para fijar sus objetivos concretos:

El empresario, va a tener una información de apoyo para poder tomar las decisiones sobre las líneas de apoyo de sus distintas líneas de inversión.

La Administración, para apoyar, favorecer y fomentar aquellas posibilidades de ventaja competitiva de las empresas de Calzado y Afines en esta zona. Ya que va a poder tener acceso a las prioridades de inversión de los empresarios del sector.



Las asociaciones y centros de investigación y desarrollo, para identificar las líneas de investigación donde actuar, de forma que las empresas del sector sean más competitivas y cumplan con las exigencias del mercado.

Con los resultados obtenidos se ha realizado un informe para analizar las vías de apoyo que deben de realizarse en las empresas para adaptarse mejor al cambio.

Cada empresa participante ha sido orientada en aquellos aspectos que les pueden servir para posicionarse mejor en el mercado. Como tienen que orientar la búsqueda de información de los nuevos productos. Cuales deben de ser sus prioridades a la hora de encontrar mercados. Donde apoyar las inversiones, líneas de apoyo estratégico de las empresas.

En la realización de las encuestas han participado 35 empresas.

En el "general" se incluyeron datos referentes a los procesos de:

- Recursos Humanos: Capacidades, disponibilidad, formación continua, etc.
- Producción: Tipos de productos, recursos productivos, proveedores, calidad, etc.
- Financiación
- Comunicación y marketing
- Comercialización: Tipos de clientes, canales de distribución, exportación, etc.

Fase 2: Dentro de este grupo de empresas se han realizado una serie de visitas en las que se han mantenido una serie de reuniones con la gerencia de las empresas en las que se han tratado los siguientes temas:

- Estrategia y diferenciación con respecto a los competidores y posicionamiento en el mercado,
- Relaciones con los clientes y el mercado,
- Proveedores,
- Sistemas y Tecnología,
- Organización y personas.

Con esta información se les ha preparado un informe con la finalidad de orientar a estas empresas en aquellos aspectos que les pueden servir para posicionarse mejor en el mercado. Como tienen que orientar la búsqueda de información de los nuevos productos. Cuales deben de ser sus prioridades a la hora de encontrar mercados. Donde apoyar las inversiones, líneas de apoyo estratégico de las empresas.