

# 1. Introducción I



## I 1. INTRODUCCIÓN

A oferta produtiva do sector da xoiería en Galicia distribúese tanto en núcleos urbanos como en rurais, onde, a través de varias xeracións, se consolidou unha tradición no desenvolvemento da actividade; a provincia da Coruña é a que concentra a maior parte da oferta produtiva de Galicia.

A oferta pódese clasificar en catro grandes categorías: un primeiro grupo fórmano grandes empresas con coleccións propias fortemente situadas no mercado nacional e internacional. Un trazo característico destas empresas é a produción de pezas de xoiería tanto en proceso de fabricación semiautomatizado como non automatizado, así como a subcontratación a talleres específicos dalgunhas das actividades do proceso (engastes, gravados, esmaltados, etc.); un segundo grupo está formado por empresas de mediano tamaño con coleccións propias, algunhas posicionadas e diferenciadas no mercado, con procesos e actividades principalmente semiautomatizadas; moitas destas empresas medianas aparecen como iniciativas de traballadores de empresas do primeiro grupo. Así mesmo, podemos identificar un terceiro grupo formado por empresas e autónomos que traballan desenvolvendo subactividades para os dous grupos mencionados; estas empresas desenvolven a súa actividade normalmente en proceso non automatizado, debido ao seu reducido tamaño. Por último, un cuarto grupo confórmano os pequenos talleres especializados nunha fase do proceso produtivo (engaste, gravado, esmaltado, etc.), e que realizan encargos para os grupos anteriormente mencionados.

Adicionalmente, e aínda que non forma parte dos grupos anteriormente mencionados, vanse ter en conta para realizar o presente estudo as empresas comerciais con taller propio, xa que conforman un grupo con importantes características diferenciais en canto a técnicas e procesos produtivos, así como pola súa ampla representación dentro do sector.

O sector da xoiería galega caracterízase competitivamente polo seu posicionamento no segmento medio-alto, onde destaca o valor da materia prima, o deseño tradicional e a imaxe que se posúe na distribución comercial. Este segmento, sendo o máis atractivo, polo valor engadido que incorpora, esíxelles ás empresas un nivel de profesionalización cada vez maior, tanto desde o punto de vista da capacitación da estrutura ocupacional, como dos investimentos necesarios para manter a competitividade, non só no estranxeiro, onde existe un gran potencial para o produto, senón tamén no mercado nacional, onde a competencia estranxeira (italiana, alemá, portuguesa, etc.) acada día a día unha dimensión máis preocupante, ao ter acometido con anterioridade unha profunda reforma da actividade: formación, sistemas de xestión, procesos produtivos, etc.

Esta situación do sector agrávase, ademais, pola perda de poboación e o cambio xeracional naqueles núcleos urbanos e rurais onde a actividade está arraigada desde hai máis dunha xeración. Actualmente, o sector encóntrase ante unha falta de persoal cualificado para a renovación ou ampliación dos seus cadros de persoal.

## 1.1 METODOLOXÍA

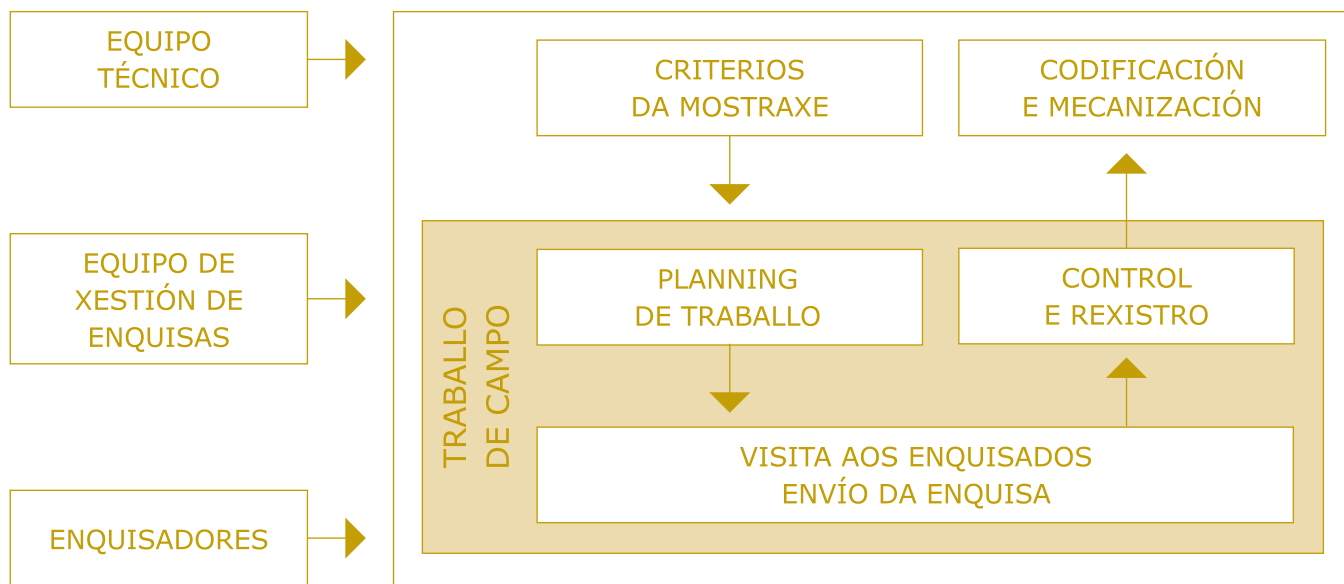
Para o desenvolvemento da metodoloxía deste estudo, tomouse como base a *Aproximación ó sector da Xoiaría en Galicia*, traballo realizado durante o primeiro semestre do ano 2002.

A presente metodoloxía aborda un estudo para determinar as necesidades específicas de formación a partir da identificación das diferentes ocupacións que actualmente existen no sector da xoiaría en Galicia, así como dos cambios ou transformacións que se produciron nos últimos anos, entendendo como “necesidade de formación” cando a poboación activa non acada os niveis de competencia esixidos para desempeñar con garantías todos os requisitos que demanda o traballo, situación que se identificara nun estudo anterior, sobre todo nos grupos de traballadores demandantes do primeiro emprego e naqueles que se incorporaron de forma máis recente ao posto de traballo.

Para acadar estes obxectivos, definíronse as seguintes etapas de traballo:

- Preparación e planificación do traballo
  - Caracterización do campo de traballo
- Constitución do grupo de expertos
  - Obxectivos xerais do estudo
- Delimitación de sectores e actividades económico-productivas
  - Análise das innovacións
- Configuracións do sector produtivo
  - Planificación da investigación
- Busca de fontes de información secundaria
  - Confección das enquisas e selección da mostra
- Traballo de campo
  - Realización de entrevistas
- Envío de enquisas
  - Tratamento e análise da información
- Elaboración do informe
  - Contraste e validación dos resultados
- Informe final

A continuación pódese observar, de forma gráfica, o desenvolvemento do traballo de campo:



### 1.1.1 DELIMITACIÓN DO CAMPO DE OBSERVACIÓN

Considerando os obxectivos do estudo, a delimitación do campo de observación leva implícita unha información previa deste campo que nos vai permitir unha planificación de accións encamiñadas a conseguir eficazmente os obxectivos propostos.

É sabido que, nos últimos anos, as innovacións que está experimentando o mundo laboral inciden en maior ou menor medida nas diferentes situacións do traballo. Por conseguinte, o campo de investigación deberá ser suficientemente amplo, de maneira que poida recoller calquera proceso de mutación que orixine ou poida orixinar cambios nas competencias dos traballadores.

### 1.1.2 DELIMITACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICO-PRODUCTIVAS

O campo de investigación centrarase nas actividades económico-productivas identificadas no primeiro estudo; a saber, a xoiaría en proceso semiautomatizado, a xoiaría en proceso non automatizado e a ourivería semiautomatizada, incorporando para este estudo a actividade de compostura que se realiza nos comercios de xoiaría, motivado pola importancia deste grupo de empresas no sector e polas características únicas e diferenciadoras que ten a actividade neste tipo de empresas.

Igualmente, vaise incluír no presente estudo a análise da ourivería en proceso non automatizado ou tradicional, a xoiaría en proceso automatizado e os talleres específicos:

- Engaste
- Gravado
- Esmaltado

Hai que destacar que, para estas tipoloxías de xoiaría, a análise que se vai realizar é, principalmente, descritiva da actividade, por mor da baixa representatividade a nivel de facturación, número de empresas e volume de emprego que teñen estas formas de xoiaría.

A información previa de informantes clave (grupo de expertos) permitirá coñecer as posibles variacións, se as houbera, a esta delimitación.

## 1.2 INNOVACIÓN

Iniciar unha análise tendente a determinar os cambios e transformacións, así como a orixe deles nos procesos produtivos e que estes, á súa vez, poidan establecer comportamentos distintos aos actuais en canto ás competencias esixidas aos traballadores supón establecer como punto de partida o concepto de innovación.

Segundo a análise da UE, innovación é:

“Sinónimo de producir, assimilar con éxito unha novidade nas esferas económico-sociais de forma que ofrezca solucións inéditas aos problemas e permita así responder ás necesidades das persoas na sociedade.”

O termo innovación pode implicar unha certa ambigüidade, xa que ao mesmo tempo designa un “proceso” e o seu “resultado”. A definición máis recente de innovación é a do Manual de Oslo, aprobado en 1992 pola OCDE. Segundo esta definición, trátase de:

“A transformación dunha idea nun produto ou un servizo comercializable, un procedemento de fabricación ou distribución operativo, novo ou mellorado ou un novo método de proporcionar un servizo social.”

O que se designa daquela é un “proceso”. Pola contra, cando o termo innovación fai referencia ao produto, equipo, ao servizo novo ou mellorado, neste caso o fincapé faise no resultado do “proceso”. Esta ambigüidade pode crear confusión: cando se fala de métodos e prácticas que permiten innovar, trátase do proceso, e cando se fala da difusión dos produtos, trátase dos resultados.

A Comisión Europea, primeiro no *Libro branco sobre crecemento, competitividade e emprego* e logo na súa comunicación de 1994 *Unha política de competitividade industrial para a Unión Europea*, sinalou claramente que a capacidade de innovación das empresas e o acompañamento destas polos poderes públicos constitúen as condicións do mantemento e reforzo desta competitividade e emprego. O *Libro verde* utiliza, completa e amplía o anterior baixo a perspectiva dunha verdadeira estratexia europea de fomento da innovación. Tamén determina, respectando o principio de subsidiariedade, as accións que se deberán levar a cabo tanto a nivel nacional como a nivel comunitario. Segundo se desprende das definicións, a innovación ten múltiples funcións. É a encargada de impulsar ás empresas cara a obxectivos ambiciosos a longo prazo e a que conduce á renovación das estruturas industriais e de novos sectores da actividade económica. A innovación na empresa, de por si, implica:

- Renovación dos métodos de produción, abastecemento e distribución
- Renovación e ampliación da gama de produtos, mercados e servizos
- Renovación na xestión, na organización do traballo e nas cualificacións dos traballadores
- Renovación por novas normas nacionais ou comunitarias

Os recursos humanos son o factor esencial. A formación inicial e a formación continua desempeñan un papel de primeira orde na oferta das competencias base e na súa adaptación permanente. Múltiples estudos poñen de manifesto este feito, unha man de obra mellor adecuada, formada e sensibilizada contribúe ao reforzo da innovación.

## **Variables**

A innovación en si é un cambio ou transformación nos procesos produtivos, pero os axentes que o causan son factores relacionados coa tecnoloxía, os sistemas organizativos, as estruturas socioeconómicas, etc., todos eles ligados ao mundo produtivo e á evolución social; a estes factores denominarémolos “variables”.

Pódese definir de forma xenérica unha variable como:

“Unha característica observable e discernible dun obxecto de estudo que pode adoptar diversos valores ou expresarse en varias categorías”

Nesta metodoloxía a definición que se adopta é a seguinte:

“Elemento do contorno empresarial, tecnolóxico ou laboral que con distintas dimensións pode causar un cambio ou transformación en calquera dos aspectos da actividade produtiva”

Exemplo:

Unha variable tecnolóxica nunha empresa de xoiaría pode ser a implantación dun programa de xestión da produción dentro do campo da informática e como innovación unha redución no tempo de traballo ao asignarse de forma eficiente as tarefas.

As variables que determinan os cambios no sector da xoiaría galega saíran do proceso de investigación que se realiza con esta metodoloxía; malia iso, pódense achegar algunhas con carácter xeral e dado o gran impacto que teñen na realidade cotiá, ben pola prensa, televisión ou na observación directa, xa que están representando cambios tanto na cultura social como no mundo do traballo:

### **Novas tecnoloxías da comunicación:**

Está considerada como o novo paradigma socioeconómico, e baséase nun conxunto interconectado de innovacións tecnolóxicas que reduciron o custo de almacenamento, o procesamento, a transmisión e difusión da información, afectando ao deseño, xestión e control da produción e dos servizos do sistema económico xeral. Como exemplo destas pódese citar: o teléfono móbil, o correo electrónico, Internet, etc.

### **Outras tecnoloxías:**

Aínda que o termo pode resultar ambiguo, o concepto engloba os novos equipos, maquinarias, ferramentas, materiais e produtos acabados. É obvio que o mundo do traballo, en continua evolución, se alimenta destas innovacións para conseguir mellores resultados na produción e ser cada vez máis competitivo. Exemplo destas para o sector da xoiaría poden ser os novos materiais, novos útiles, incorporación de novas tecnoloxías á produción, etc.

### **Aspectos medioambientais:**

A obriga cada vez maior de mellores comportamentos e respecto na explotación dos recursos naturais e a degradación do medio ambiente, así como o establecemento de normativas reguladoras de obrigado cumprimento, fan que se tome este concepto como variable, polo impacto que nestes momentos ten no contorno do traballo xeral. Como exemplos para o sector pódense citar os seguintes aspectos: prevención de contaminación, tratamento de residuos, riscos laborais, etc.



### **Informática:**

Dado o impacto que ten no ámbito social e laboral, inclúese como variable pola gran incidencia actual que ten no campo da xestión, organización e produción das empresas. Facendo a excepción de que no proceso de investigación só se considerará como variable cando a súa utilización implique un cambio no proceso produtivo e non na mellora tecnolóxica, neste último caso considerárase como unha nova tecnoloxía. Podemos citar estes exemplos: deseño gráfico, programas de xestión da produción, programas de xestión do stock, etc.

### **Novos sistemas organizativos:**

Formas de dispoñer o funcionamento interno das empresas, tanto no campo da produción como no da xestión, co obxectivo principal de obter unha mellor adecuación dos recursos para obter unha maior competitividade. Como exemplo para o sector: control de calidade, colexiación das empresas, stock cero, etc.

### **Normativas:**

A aplicación de normas de carácter obrigatorio ás veces produce cambios nos procesos produtivos e na cuantificación dos traballadores, dado que nalgúns casos os obriga a un cambio de actitude ou a unha maior formación no posto. Exemplo: normas tecnolóxicas (UNE, ISO), normas laborais, comunitarias, etc.

### **Outras variables:**

Puntualmente pódense considerar outras variables que condicionen casos específicos importantes que as variables anteriormente expostas como exemplo non exclúen.

## **1.3 PLANIFICACIÓN DA INVESTIGACIÓN**

Unha vez definidos os aspectos previos que conforman a investigación a realizar e que determinan o punto de partida deste estudo, procederáse a fixar os criterios para obter a información necesaria e precisa que fixe o inicio do manual operativo da metodoloxía.

### **1.3.1 FONTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA**

Obviamente, esta información previa pode ser recollida mediante distintas fontes. As fontes que se deben consultar serán aquelas que respondan aos diferentes atributos do mercado de traballo, que ofrezan a necesaria información sobre os aspectos puntuais que inciden nas actividades produtivas.

### **1.3.2 PROCESO DE RECOLLIDA DA INFORMACIÓN SECUNDARIA**

Unha vez determinadas as fontes, as documentacións recibiranse recollendo a información a través de anuarios estatísticos, informes e publicacións. As canles para recoller esta información serán, entre outras, as seguintes:

- Recoller ou adquirir directamente das institucións aquelas publicacións referidas ao obxecto do traballo que estean á venda ou teñan carácter público ou gratuïto.
- Solicitar dos organismos públicos e privados a documentación que consta no seu poder e que sexa útil para realizar o estudo.

### **1.3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA**

Para elaborar o presente estudo deseñouse unha metodoloxía que se apoia en tres piares básicos:

- O grupo de expertos
- A entrevista
- A enquisa

## **1.4 CONCLUSIÓNS Á METODOLOXÍA**

O resultado da investigación a través das diferentes técnicas permitirá completar datos, os cales, debidamente analizados e interrelacionados, facilitarán a determinación de novas competencias, cualificacións e necesidades de formación.

No estudo que nos ocupa, a técnica de investigación máis empregada vai ser a investigación de campo a través da entrevista a xerentes de empresas, comerciantes e xefes de taller, así como o envío de cuestionarios aos operarios de distintas empresas.