

# INFORME DEL PLAN DE PROFESIONALIZACIÓN DEL NEGOCIO CORCHERO

*Actividad 4.- Valoración y marketing*

*Tarea 3.- Formación al consumidor y al productor*

En los estudios realizados sobre el negocio corchero, especialmente el extremeño, hemos detectado la necesidad de una formación que profesionalice la labor de los industriales, gerentes y demás trabajadores del negocio corchero. De modo que elaboraremos y diseñaremos un plan de formación y realizaremos los cursos de formación que se deriven de este plan.

*Universidad de Extremadura (UEX)*

*04/04/2021*

## Proyecto PRODEHESA-MONTADO

Proyecto de Cooperación Transfronteriza para la Valorización Integral de la Dehesa -Montado, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa INTERREG V-A España-Portugal (POCTEP) 2014-2020 <http://www.poctep.eu>  
Inicio del proyecto: 01/10/2015    Fin del Proyecto: 30/09/2019



[www.prodehesamontado.eu](http://www.prodehesamontado.eu)

**Título:** Informe de plan de profesionalización del negocio corchero

**Autores:** José Francisco Rangel Preciado, Francisco Manuel Parejo Moruno, Esteban Cruz Hidalgo. Ignacio García Pereda.

**I.S.B.N.:**

**Edita:** Observatorio para la Comercialización y la Industrialización del Corcho Extremeño

**Fecha de Edición:** marzo de 2021

Por favor, si utiliza este trabajo, cítelo de la siguiente forma:

RANGEL, J. F., PAREJO, F. M.; CRUZ, E., y GARCIA, I. (2021). *Informe de plan de profesionalización del negocio corchero*, Badajoz: Grupo de Estudios de Historia Económica (Universidad de Extremadura) – Observatorio para la Comercialización y la Industrialización del Corcho Extremeño (OCICEX).

# Índice de contenidos

De OCICEX al Grupo de Estudios de Historia Económica: la investigación sobre el negocio corchero.....	4
1. Introducción .....	9
1.1. Antecedentes y justificación de la necesidad de un plan de profesionalización del negocio corchero .....	9
1.2. Objetivos .....	12
1.3. Metodología y fuentes.....	13
1.4. Estructura del entregable .....	17
2. Las demandas de formación en el mercado .....	19
3. Análisis de las demandas de formación de los actores del negocio del corcho.....	22
3.1. Las demandas formativas de los trabajadores de la rama forestal del negocio del corcho .....	22
3.2. Las demandas formativas de los trabajadores de la rama industrial del negocio del corcho.....	23
3.3. Las demandas formativas de los empresarios y gestores de la rama forestal del negocio del corcho.....	24
3.4. Las demandas formativas de los empresarios de la rama industrial del negocio del corcho .....	24
4. La visión de los enólogos.....	26
5. Actividades formativas para la gestión en el negocio corchero recientes. ....	27
5.1. Curso Experiencias Innovadoras en Territorios Corcheros.....	27
5.2. Curso Herramientas para la Gestión de Empresas Forestales.....	28
5.3. Valoración de las actividades formativas recientes aplicables al negocio corchero .....	29
6. Resumen de las necesidades de formación detectadas. ....	30
7. Algunas propuestas teóricas de actividad de formación para el negocio corchero.	31
Bibliografía.....	31
Anexo. Encuesta para la detección de necesidades de formación de los grupos de interés del negocio del corcho. ....	36
Índice de cuadros y gráficos .....	50

## De OCICEX al Grupo de Estudios de Historia Económica: la investigación sobre el negocio corchero.

Antes de adentrarnos en la descripción de la investigación realizada conviene resaltar la labor desempeñada desde el *Observatorio para la Comercialización e Internacionalización del Corcho Extremeño* (o en sus siglas, OCICEX, que utilizaremos de aquí en adelante), puesto que es de recibo reconocer que constituye el germen de la investigación que aquí presentamos.

OCICEX, desde sus inicios, ha contado con los servicios de un equipo de trabajo formado por los profesores e investigadores Adrián Tejeda Cano (Profesor en el IES Castelar de Badajoz y presidente de OCICEX),<sup>1</sup> Francisco Manuel Parejo Moruno (Profesor Contratado Doctor del Área de Historia e Instituciones Económicas de la Universidad de Extremadura)<sup>2</sup> y José Francisco Rangel Preciado (Profesor Ayudante del Área de Historia e Instituciones Económicas de la Universidad de Extremadura)<sup>3</sup>, cuyo propósito ha sido favorecer la investigación relacionada con el negocio corchero extremeño.

Las investigaciones de este grupo de autores comenzaron con la presentación del proyecto "*Hacia la constitución de un distrito industrial corchero en San Vicente de Alcántara*", que tuvo lugar en la localidad pacense de San Vicente de Alcántara el día 17 de julio de 2014, cuyos primeros pasos se encuentran descritos en el estudio de Rangel, Tejeda y Parejo (2016a). En el marco de este proyecto, los autores redactaron el *Plan estratégico para la especialización en la transformación de productos corcheros* (Rangel, Tejeda y Parejo (2016b), que fue presentado en la Asamblea de Extremadura y aprobado de forma unánime por las fuerzas allí representadas en sesión de 16 de febrero de 2017.<sup>4</sup> Siguiendo este plan se crearon el *Observatorio para la Comercialización e Internacional del Corcho Extremeño*, como herramienta para generar investigación y conocimiento, y la *Sociedad Extremeña para*

---

<sup>1</sup> Adrián Tejeda Cano es el presidente de OCICEX. Licenciado en Biología, docente del cuerpo de funcionarios de educación secundaria y con experiencia laboral en el negocio corchotaponero extremeño. También es consultor estratégico para el negocio corchero y escritor. Web personal: <http://adriantejeda.es/>

<sup>2</sup> Francisco Manuel Parejo Moruno. Doctor en Economía Aplicada por la Universidad de Extremadura. Personal docente e investigador de la Universidad de Extremadura y miembro del Grupo de Estudios de Historia Económica. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Perfil investigador: [https://www.researchgate.net/profile/Francisco\\_Parejo\\_Moruno](https://www.researchgate.net/profile/Francisco_Parejo_Moruno)

<sup>3</sup> Jose Francisco Rangel Preciado. Doctor en Economía y Empresa por la Universidad de Extremadura. Personal docente e investigador de la Universidad de Extremadura y miembro del Grupo de Estudios de Historia Económica. Centro Universitario de Plasencia. Perfil investigador: [https://www.researchgate.net/profile/Jose\\_Francisco\\_Rangel\\_Preciado](https://www.researchgate.net/profile/Jose_Francisco_Rangel_Preciado)

<sup>4</sup> PROPUESTA DE IMPULSO ANTE EL PLENO 119/IX (PDIP-122), instando a la Junta de Extremadura a poner en marcha, junto con el Observatorio para la Comercialización y la Industrialización del Corcho en Extremadura y los demás entes y organismos implicados, un Plan Estratégico para la Especialización en la Transformación de Productos Corcheros. Formulada por el Grupo Parlamentario Popular (PP). R.E. nº 12.340. <https://www.asambleaex.es/eventos-7747>

*la Comercialización y la Innovación el Corcho S.L.*, esta última con la finalidad de aglutinar la oferta de productos corcheros extremeños y conseguir la completa transformación e internacionalización de este sector en la región. El trabajo de estas instituciones está enfocado a que el negocio corchero en Extremadura, y en particular sus fases de preparación y transformación sean capaces de sobrevivir en un mercado altamente competitivo, cada vez más estrecho en los que respecta a la demanda de productos intermedios, en los cuales la región está especializada.

OCICEX, junto a un grupo de 17 entidades españolas y portuguesas lideradas por el *Centro de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Extremadura (CICYTEX)* de la Junta de Extremadura,<sup>5</sup> se embarcó en el proyecto Interreg Prodehesa-Montado,<sup>6</sup> con la finalidad de contribuir al desarrollo integral del sector corchero. Una vez aprobado este proyecto y durante el proceso de ejecución del mismo surgieron una serie de problemas asociados a la financiación necesaria para afrontar el proyecto del observatorio, motivo por el que OCICEX se vio obligado a transferir la financiación que le correspondía y las funciones que tenía asignadas en el proyecto al *Grupo de Estudios de Historia Económica* de la Universidad de Extremadura, entidad que ya formaba parte del proyecto a través del Instituto de Investigación de la Dehesa de la Universidad de Extremadura (INDEHESA).<sup>7</sup>

En la actualidad, el equipo de trabajo cuenta con la totalidad de los miembros del Grupo de Estudios de Historia Económica. Junto con los tres investigadores antes mencionados, integran el equipo Antonio Miguel Linares Luján (Profesor Titular de Universidad del Área de Historia e Instituciones Económicas de la Universidad de Extremadura);<sup>8</sup> María del Mar Guerrero Manzano (Profesora Titular de Universidad del Área de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa de la Universidad de Extremadura);<sup>9</sup> María Georgina Adelina Cortés Sierra (Profesora Titular de Escuela Universitaria del Área de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa de la Universidad de Extremadura);<sup>10</sup> y María José López Rey

---

<sup>5</sup> Toda la actividad de este centro de investigación y descripción de la institución se encuentra disponible para su consulta en su propia página web: <http://cicytex.juntaex.es/es/>

<sup>6</sup> Toda la información, así como la documentación y resultados obtenidos, sobre el proyecto se encuentran recogidos en la web oficial del mismo: <http://prodehesamontado.eu/>

<sup>7</sup> Toda la información sobre el Instituto de Investigación de la Dehesa de la Universidad de Extremadura (INDEHESA) se encuentra disponible en su página web oficial: <http://indehesa.unex.es/>. Agradecemos desde aquí al Vicerrector de Investigación, Transferencia e Innovación, en aquel momento Manuel González Lena, y al Investigador Principal del Proyecto por la Universidad de Extremadura, Gerardo Moreno Marcos, su diligencia en este proceso de transferencia de fondos, así como su empeño para garantizar que este trabajo se haya podido realizar en tiempo y forma.

<sup>8</sup> Antonio Miguel Linares Luján. Doctor en Historia Económica por la Universidad de Barcelona. Personal docente e investigador de la Universidad de Extremadura, director del Departamento de Economía y miembro del Grupo de Estudios de Historia Económica. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Perfil investigador: [https://www.researchgate.net/profile/Antonio\\_M\\_Lujan](https://www.researchgate.net/profile/Antonio_M_Lujan)

<sup>9</sup> María del Mar Guerrero Manzano. Doctora en Economía Aplicada por la Universidad de Extremadura. Personal docente e investigador de la Universidad de Extremadura y miembro del Grupo de Estudios de Historia Económica. Perfil investigador: [https://www.researchgate.net/profile/M\\_Del\\_Mar\\_Manzano](https://www.researchgate.net/profile/M_Del_Mar_Manzano)

<sup>10</sup> María Georgina Adelina Cortés Sierra. Doctora en Análisis Económico Internacional por la Universidad Rey Juan Carlos. Personal docente e investigador de la Universidad de Extremadura y miembro del Grupo de

(Profesora Contratada Doctor del Área de Sociología de la Universidad de Extremadura).<sup>11</sup> Además, la financiación obtenida nos ha permitido contar con el investigador Ignacio García Pereda (Personal Científico e Investigador en el Área de Edafología y Química Agrícola de la Universidad de Extremadura),<sup>12</sup> y con la colaboración de Esteban Cruz Hidalgo (Profesor sustituto del Área de Fundamentos del Análisis Económico de la Universidad de Extremadura).<sup>13</sup>

En el referido proyecto de investigación, este equipo de trabajo se encuentra a cargo de seis informes técnicos, todos ellos relacionados con el negocio corchero, que se encuentran resumidos de forma muy breve a continuación:

## 1. Estrategia de promoción y formación del consumidor del tapón de corcho natural

**Objetivo:** Formar al consumidor de forma que este conozca las bondades del tapón de corcho natural.

**Breve resumen:**

En las últimas décadas se ha producido una competencia feroz de los tapones sintéticos y técnicos contra el tapón de corcho natural en el sector de tapamento del vino, fundamentada en la presunta generación de TCA por parte de este último. En este sentido, diversos estudios científicos demuestran las bondades del corcho para el cierre de vinos, las cuales, sin embargo, el consumidor desconoce o, al menos, no valora suficientemente, debido, probablemente, a los mensajes contradictorios que se envían al mercado con fines interesados. Por este motivo, en este informe se analiza el grado de conocimiento que actualmente tiene el consumidor de vino sobre el tapón de corcho y sus propiedades, con la finalidad de elaborar una estrategia de formación del consumidor que ponga a disposición de este toda la información disponible para una correcta toma de decisiones en la compra.

---

Estudios de Historia Económica. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Perfil investigador: [https://www.researchgate.net/profile/Georgina\\_Cortes2](https://www.researchgate.net/profile/Georgina_Cortes2)

<sup>11</sup> María José López Rey. Doctora en Biomedicina por la Universidad de Extremadura. Personal docente e investigador de la Universidad de Extremadura y miembro del Grupo de Estudios de Historia Económica. Facultad de Educación. Perfil investigador: [https://www.researchgate.net/profile/Mane\\_Lopez](https://www.researchgate.net/profile/Mane_Lopez)

<sup>12</sup> Ignacio García Pereda. Doctor en Historia de la Ciencia por la Universidad de Évora. Personal Científico e Investigador con cargo al proyecto Prodehesa-Montado en la Universidad de Extremadura. Centro Universitario de Plasencia. Perfil investigador: [https://www.researchgate.net/profile/Ignacio\\_Garcia\\_Pereda](https://www.researchgate.net/profile/Ignacio_Garcia_Pereda)

<sup>13</sup> Esteban Cruz Hidalgo. Licenciado en Economía y doctorando en Economía y Empresa por la Universidad de Extremadura. Personal docente e investigador de la Universidad de Extremadura. Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo. Perfil investigador: [https://www.researchgate.net/profile/Esteban\\_Cruz\\_Hidalgo](https://www.researchgate.net/profile/Esteban_Cruz_Hidalgo)

## 2. Informe de resultado, análisis de coste y valor añadido de las fases de producción en el sector corchero.

**Objetivo:** Realizar un análisis del coste y valor añadido del negocio corchero en cada una de las fases que componen este negocio.

**Breve resumen:** El negocio corchero consta de tres facetas: forestal, industrial y comercial. Dentro la industrial es posible advertir, a su vez, tres fases: la de preparación (o primera transformación del corcho natural), la de transformación (del corcho natural) y la de fabricación de productos derivados (corcho aglomerado y granulados de corcho). La cuantificación de los costes es necesaria para arrojar luz sobre el precio del producto, de manera que este permita cubrir los costes en cada una de las fases; así como también es importante conocer qué manufacturas presentan un mayor valor añadido, pues son en éstas en las que se deben priorizar los esfuerzos públicos y privados orientados al desarrollo del sector. Con el fin de analizar los costes e identificar las fases de mayor valor añadido realizamos este informe.

## 3. Plan de Marketing y comercialización de los productos derivados del corcho

**Objetivo:** Realizar un plan de marketing que permita visualizar y poner en el mercado los productos derivados del corcho.

**Breve resumen:** El negocio del corcho aglutina a todos los productos elaborados con este material. Se necesita de un plan de marketing y comercialización que posibilite realizar una valoración económica, de imagen y de sostenibilidad de los productos derivados del corcho. Por este motivo, se plantea como finalidad construir una estrategia de marketing y de difusión de todos los productos derivados del corcho que se fabrican en la región, para lo cual se estima preceptiva la realización de un catálogo de empresas que trabajan actualmente en el negocio, y que incluya los productos que esta trabajan.

## 4. Protocolo de buenas prácticas de cooperación empresarial en el sector corchero de San Vicente de Alcántara

**Objetivo:** Diseñar un protocolo de buenas prácticas que fomente la cooperación empresarial en el sector corchero.

**Breve resumen:** El negocio corchero está constituido, principalmente, por empresas pequeñas y microempresas sin capacidad de competir ni internacionalizarse de forma aislada, esto es, individualmente. Por este motivo, se ha impulsado la creación del *Distrito Industrial* del corcho en la localidad de San Vicente de Alcántara, donde se fomenta la colaboración y el uso compartido de recursos entre las pequeñas y medianas empresas que lo conforman. Esta forma de actuar y de organizar la producción de forma conjunta o cooperativa presenta cierta complejidad. Por ello, para marcar las pautas de su

funcionamiento, se propone el diseño de un protocolo de buenas prácticas que sirva a las empresas a actuar de forma cooperativa y colaborar.

#### 5. Informe del plan de profesionalización del negocio corchero

**Objetivo:** Diseñar un plan de profesionalización del negocio corchero que cubra las necesidades de formación de todos los agentes que componen este negocio

**Breve resumen:** En los estudios realizados sobre el negocio corchero, especialmente el extremeño, hemos detectado la necesidad de una formación que profesionalice la labor de los industriales, gerentes y demás trabajadores del negocio corchero. De modo que elaboraremos y diseñaremos un plan de formación y realizaremos los cursos de formación que se deriven de este plan.

#### 6. Informe de buenas prácticas de la gestión, en la producción y manual de utilización de software para empresas corcheras.

**Objetivo:** Realizar un protocolo de buenas prácticas en la gestión empresarial y un manual asociado a un software de gestión para las empresas corcheras.

**Breve resumen:** Las características de las empresas corcheras requiere de un software especializado que permita integrar la producción como distrito industrial. Con este fin, en este entregable se va a diseñar un software, el manual para su utilización, y la elaboración de un protocolo de buenas prácticas en la gestión que garantice unos estándares de calidad en la administración de las empresas corcheras.

De todos estos informes, el que presentamos en esta publicación es el primero de ellos, que pasamos a desarrollar en los siguientes apartados.

# 1. Introducción

El *Informe del plan de profesionalización del negocio corchero* es un entregable del proyecto PRODEHESA\_MONTADO que, a través de una detección de las necesidades y demandas formativas que emanan del propio negocio corchotaponero y de un análisis de las demandas de los consumidores, busca lograr mejorar la capacidad del negocio corchero para conseguir una integración efectiva de la cadena de valor de este<sup>14</sup>, especialmente en las áreas rurales. Al mismo tiempo, procura una internacionalización exitosa. Para ello se pretende plantear un proyecto formativo que pueda llevarse a cabo a través de las administraciones o centros educativos.

Antes de adentrarnos en el informe es necesario mostrar una breve justificación, los objetivos, la metodología y la estructura que va a presentar dicho informe.

## 1.1. Antecedentes y justificación de la necesidad de un plan de profesionalización del negocio corchero

Los informes previos sobre el negocio corchero, y queremos advertir que ahora nos vamos a referir a la actividad principal del negocio, que es la rama corchotaponera<sup>15</sup>, nos han mostrado que una de las debilidades que presenta este negocio es la necesidad de formación latente que mejore el rendimiento de este (Rangel, 2013, Rangel, Tejeda y Parejo, 2016b y Parejo, Sánchez, Rangel, Cruz y García, 2021). En este sentido, debemos advertir que dentro del *Plan estratégico para la especialización en la transformación de productos corcheros* (Rangel, Tejeda y Parejo, 2016b), que como ya hemos dejado constancia anteriormente fue expuesto en la Asamblea de Extremadura y aprobado por unanimidad para instar al ejecutivo de la Junta de Extremadura para llevarlo a cabo, se produjeron una serie de reuniones entre todos los entes que componen y velan por el buen funcionamiento de este negocio. Concretamente, en dichas reuniones estuvieron representados los siguientes actores:

1. Los industriales del negocio corchotaponero extremeño, tanto representantes de su rama preparadora como transformadora.
2. Las administraciones: regionales y locales.
3. Las instituciones científicas extremeñas, es decir, representantes de CICYTEX y miembros de este equipo de investigación de la Universidad de Extremadura.

En dichas reuniones se planteó una estrategia para poner en marcha las acciones correctoras necesarias para lograr la integración vertical de toda la cadena de valor del negocio del

---

<sup>14</sup> Es por ello, por lo que el primer entregable que se realizó desde este equipo fue la *Estrategia de promoción y formación del consumidor del tapón de corcho natural* (Rangel, Parejo, Cruz y Tejeda, 2020), donde se realizaba un análisis de las demandas del mercado para los productos derivados del corcho.

<sup>15</sup> Esto se verifica en el estudio de Zapata (2010).

corcho en las localidades rurales corcheras, como es el caso concreto de San Vicente de Alcántara, además de lograr un proceso de internacionalización exitoso. En dichas reuniones y aprovechando que este equipo se encontraba dentro del Proyecto PRODEHASA\_MONTADO y que uno de los entregables planteados era un *Informe del plan de profesionalización del negocio corchero* se derivó a este grupo la necesidad de realización de un proyecto formativo para mejorar la profesionalización de este negocio.

Aunque lo comentado anteriormente ya es una justificación más que suficiente para la realización de este trabajo, debemos advertir que en los últimos años se ha producido un retroceso en la cuota de mercado de los productos simplemente preparados y destinados a la industria transformadora del corcho, es decir, la parte de la industria que se encuentra localizada en las zonas rurales<sup>16</sup>; y esto ha ocurrido especialmente en las zonas de acción de este proyecto (Alentejo, Andalucía y Extremadura)<sup>17</sup>. Este hecho hace que se produzca un retroceso en cuanto indicadores cualitativos objetivos de la dicha industria (empresas, empleos generados y output producidos) en estas dichas localidades. Llegados a este punto, la oportunidad de supervivencia del negocio en estas localidades preparadoras pasa por dar el salto hacia la completa transformación, aprovechando las condiciones de partida con las que ya cuentan. En términos económicos estamos haciendo referencia a la generación de un nuevo ciclo de vida de la industria, hecho similar a cuando una empresa que ha agotado el ciclo de vida de un producto lanza una nueva versión mejorada del mismo para relanzar la demanda de dicho producto<sup>18</sup>. En el gráfico 1 se muestra la situación actual en la que se encuentra el negocio corchero en la península ibérica en la actualidad.

---

<sup>16</sup> En el estudio de Branco, Parejo, Lopes y Rangel (2016) se realiza un análisis de la evolución histórica y situación actual del negocio corchero donde se pueden observar las primeras fases de este negocio. La rama forestal se encuentra concentrada en el suroeste peninsular que es donde se encuentran la mayor parte de las masas de alcornocal disponibles en la península ibérica, al igual que la fase preparadora del negocio en el que ha primado a efectos de localización la facilidad y cercanía en el acceso a la materia prima. Al contrario que la industria transformadora del negocio corchotaponero que suele situarse en la zona norte, que es también la región más industrializada, algo que ocurre tanto en el caso de España (con Cataluña) como en el caso de Portugal (con Santa Maria da Feira). Este proceso también queda perfectamente descrito en los estudios realizados por Zapata (1996a, 2002 y 2009).

<sup>17</sup> La situación de retroceso de la aglomeración corchera preparadora en Extremadura de forma general, y en San Vicente de Alcántara de forma particular, ha quedado perfectamente definida en los estudios de Rangel y Cruz (2019) y Rangel (2018a), respectivamente.

<sup>18</sup> Este hecho fue puesto de manifiesto en la tesis doctoral de José Francisco Rangel (2018b), donde se realiza un análisis del ciclo de vida de la industria corchotaponera en la comarca de la Sierra de San Pedro-Los Baldíos partiendo de la premisa de que la concentración de las empresas corcheras en torno a esta localidad obedece a los principios de un Sistema Productivo Local.

**Gráfico 1.**  
**Situación actual del negocio corchero en la península ibérica**



**Fuente:** Extraído de Rangel y Parejo (2017: 423).

Cualquier proceso de adaptación de la empresa a una nueva realidad requiere de un proceso formativo en todos los ámbitos de la misma que permita la mayor eficiencia de los procesos, y más cuando se trata de una economía tan competitiva y globalizada, por lo que la formación del capital humano juega un papel esencial<sup>19</sup>. Y más si nos encontramos ante una economía como la imperante en los medios rurales en los que el tejido empresarial se encuentra muy atomizado, compuesto por microempresas y empresas de origen familiar en las que la formación del empresario viene impuesta por el aprendizaje del negocio a través del trabajo en el mismo<sup>20</sup>. Además en este sentido debemos advertir que el negocio corchero ha tendido a sobrevivir en el mercado a través de la concentración espacial de la producción en

<sup>19</sup> Escolano y Belso (2003) ponen de manifiesto la necesidad de correcta formación del capital humano para lograr un proceso de internacionalización exitosa para cualquier empresa. Mientras que el estudio de López, Nevado y Baños (2008) nos muestra la correlación entre la formación del capital humano y la competitividad en la economía, hecho que también puede ser perfectamente extrapolable a un negocio o sector concreto.

<sup>20</sup> Las características de las regiones analizadas, especialmente, en el caso de Extremadura y Alentejo, advierten de tejidos productivos relativamente más atomizados que en sus respectivos países a que pertenecen. En el caso concreto de Extremadura los estudios de Rangel (2018b), De la Calle (2015), Linares (2017), Parejo y Rangel (2015) y Zapata (1996b) nos muestran que esta situación de atomización del tejido empresarial es una realidad tanto en la actualidad como en el proceso histórico de la formación de dicho tejido empresarial en la región.

lo que la teoría económica ha denominado como distritos industriales o cluster<sup>21</sup>, por lo que se presupone una especial vinculación entre el negocio (producto) y el territorio. Es por ello que cualquier proceso formativo debe implicar a todos los actores que componen el ecosistema industrial. Para una mejor comprensión del funcionamiento de un ecosistema industrial y de las características a las que estamos haciendo referencia se muestra el gráfico 2 a continuación.

**Gráfico 2.**

**Esquema de un distrito industria corchero. Una aplicación al caso de San Vicente de Alcántara (Extremadura)**



**Fuente:** Extraído de Rangel, Tejada y Parejo (2016b: 51).

## 1.2. Objetivos

Como ya hemos comentado anteriormente los estudios realizados sobre el negocio corchero, especialmente el extremeño, han identificado la necesidad de una formación que profesionalice la labor de los industriales, gerentes y demás trabajadores del negocio corchero. De modo que el objetivo principal que nos marcamos al comenzar este documento entregable era elaborar y diseñar un plan de formación, así como realizar un planteamiento de los cursos de formación que se deriven de este plan.

<sup>21</sup> La teoría económica de los distritos industriales emana de las enseñanzas de Marshall (1963), que han sido posteriormente revisadas por Becattini (2005), mientras que la teoría económica del clúster ha venido definida por Porter (1991).

Para ello nos hemos marcado una serie de objetivos intermedios que van a marcar cada uno de los apartados que componen este informe, y que nos van a servir para cumplir con el objetivo principal. En concreto, se trata de:

1. Conocer las demandas del mercado, y formularlas en términos de necesidades formativas del negocio corchotaponero.
2. Conocer las necesidades formativas de todos los actores que componen el negocio del corcho. Concretamente estamos haciendo referencia a los empresarios del negocio (tanto en la rama forestal como industrial) y los trabajadores de este (en la rama forestal e industrial). Además, vamos a tener en cuenta la visión de los expertos en este negocio, como son los enólogos que trabajan directamente tanto con los comerciales del negocio corchero como con los productos que derivan del negocio corchotaponero.
3. Analizar las experiencias formativas recientes que han sido aplicadas a dicho negocio para conocer los puntos fuertes y los puntos débiles de las mismas.
4. Plantear la formación necesaria para mejorar la situación del negocio corchotaponero.
5. Desarrollar teóricamente algunas actividades formativas aplicadas a cada uno de los actores que componen el negocio

### 1.3. Metodología y fuentes

La metodología utilizada en este entregable va a seguir las técnicas utilizadas en campo de la educación aplicada y adaptada a la empresa. Es por ello, que, en primer lugar, se realiza una encuesta abierta a todos los participantes en el negocio corchero, independiente de su rol (empresario o trabajador) y de la fase en la cadena de valor en la que realiza su aportación (rama forestal e industrial)<sup>22</sup>. En segundo lugar, se analizan una serie de actividades de formación que han sido realizadas recientemente con la intención de testar los puntos débiles y fuertes tanto de la formación presencial como la formación online (adaptada a los tiempos de pandemia en los que nos encontramos en la actualidad)<sup>23</sup>. Estos dos puntos enumerados nos presentan una información desde el punto de vista de la oferta (empresa y mano de obra de esta). Es por ello que en tercer lugar, y como herramienta para contrastar la encuesta, se utiliza un entrevista estructura para a grupos de expertos. En nuestro caso nos vamos a centrar en la visión que tienen sobre el sector y sus agentes los enólogos, que son los encargados en la industria vitivinícola de, primero, tratar y negociar con los

---

<sup>22</sup> Esta estrategia de análisis es utilizada en la rama de las Ciencias de la Educación en el estudio de Rocío Yuste (2013) podemos comprobar como evalúan los procesos formativos a través de encuesta a los estudiantes y entrevista a los expertos. Con respecto a las entrevistas se han realizado de forma abierta siguiendo las directrices expuestas por Jesús Seco (2014) en su tesis doctoral debido a que estas parten de con la necesidad de realizar un análisis socioeconómico al igual que ocurre en nuestro análisis.

<sup>23</sup> Negrín y Cárdenas (2020) nos muestran los retos a los que se enfrenta la educación en tiempos de pandemia y la necesidad de realizar una virtualización de los contenidos a impartir.

industriales corcheros y, segundo, de tomar la decisión de compra de los cierres de sus vinos. Además, conocen (o deben conocer, al menos) las características propias del corcho, y las características que las manufacturas de corcho deberían de cumplir para ser elegidas en el mercado frente a sus sustitutivos. En definitiva, son expertos que conocen los aspectos técnicos, económicos y comerciales del negocio corchero, y que constituyen la demanda intermedia de los productos corcheros. Debe entenderse que conocer la opinión de la demanda sobre nuestro producto, nuestra empresa y nuestro sector, puede ser muy útil para conocer cuál debe ser la cualificación de nuestros trabajadores y la calidad de nuestros procesos. De ahí la importancia de conocer la opinión de los enólogos, como consumidores intermedios de las manufacturas corchotaponeras (Rangel, Parejo, Cruz y García, 2020).

Esta metodología de análisis nos permitirá tener no solo una visión holística del negocio, sino también conocer las necesidades de formación que vienen provocadas por la demanda del público objetivo de los productos corcheros.

**Gráfico 3.**

**Esquema resumen de la metodología utilizada**



**Fuente:** Elaboración con base a los párrafos anteriores.

En otro orden de cosas, y refiriéndonos a la recogida de información, nos vamos a servir de 4 fuentes diferentes:

1. Para conocer la visión de los grupos de interés nos vamos a servir de una encuesta online realizada a través de la aplicación de Google habilitada para ello. Las preguntas que han sido realizadas se encuentran enumeradas en el anexo 1. Esta encuesta ha estado abierta durante aproximadamente 4 meses para la recogida de información y ha sido remitida de forma sistemática a cuatro grupos de interés diferentes: 1. Trabajador forestal del corcho (sacadores, acarreadores...); 2. Trabajador industrial del corcho (preparación, transformación...); 3. Empresario

forestal del corcho (propietario de dehesa, empresa saca y acarreo...); y 4. Empresario industrial del corcho (preparación, transformación...)

**Imagen 1.**  
**Encuesta realizada**

Proyecto Prodehesa-Montado

Este formulario es completamente anónimo y su utilización es únicamente para finalidad de investigación para la mejora del negocio corchero. Se realiza desde el Grupo de Estudios de Historia Económica de la Universidad de Extremadura, bajo el marco del proyecto de cooperación transfronteriza de la Unión Europea Prodehesa-Montado.

\*Obligatorio

¿A qué colectivo del negocio corchero perteneces? \*

Trabajador forestal del corcho (sacadores, acarreadores...)

Trabajador industrial del corcho (preparación, transformación...)

Empresario forestal del corcho (propietario de dehesa, empresa saca y acarreo...)

Empresario industrial del corcho (preparación, transformación...)

Siguiente

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inapropiado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

**Fuente:** Captura de pantalla de los formularios de Google Forms (consulta realizada el 04 de abril de 2021).

2. Para conocer la visión de los expertos (enólogos) se ha realizado una encuesta abierta. En este sentido debemos advertir que para cumplir con las medidas de protección de datos han sido anonimizadas. Al tratarse de entrevistas abiertas nos han permitido conocer la opinión sobre aspectos en los que debe mejorarse la formación del negocio del corcho para que mejore la visión de los demandantes de tapones.

**Cuadro 1.**

**Ficha de recogida de datos para las entrevistas con los enólogos**

<b>Informante nº.</b>
<b>A. Formación del enólogo</b>
<b>B. Información comercial sobre la empresa que representa</b>
<b>C. Conocimiento previo sobre el tapón de corcho natural</b>
<b>D. La problemática del TCA</b>
<b>E. Marcas de tapón de corcho que conoce</b>
<b>F. Productos sustitutivos del tapón de corcho</b>

Fuente: Elaboración propia

3. Para conocer las demandas del público objetivo de los productos derivados del corcho nos vamos a servir de una información ya elaborada (Rangel, Parejo, Cruz y García, 2020). En este sentido debemos advertir que también se utilizó como fuente principal para su elaboración la encuesta.

## Imagen 2.

### Entregable sobre la promoción y formación del consumidor del tapón de corcho natural



Fuente: Rangel, Parejo, Cruz y García (2020).

4. Para conocer la experiencia previa nos vamos a servir de las conclusiones extraídas por este equipo investigador

#### 1.4. Estructura del entregable

Para hacer viable la realización de este trabajo, y también, para facilitar su lectura y comprensión, hemos convenido en estructurarlo en 6 apartados. En un primer apartado se encuentra la presente introducción, en la que se ha realizado una exposición de los motivos y objetivos que nos llevan a desarrollar el esfuerzo investigador de realizar este trabajo. En ella también hacemos una breve exposición de cuál es la metodología y las fuentes que hemos utilizado para cumplir con los objetivos. En un segundo apartado se realiza un análisis de las demandas que el mercado realiza al negocio corchero, contemplando que estas se acaban convirtiendo en necesidades de formación sobrevenidas si lo que se pretende es generar una demanda en el negocio del corcho. En un tercer apartado se analizan las

necesidades formativas que emanan desde el propio sector. Para ello se analiza de forma separada a cada uno de los actores que intervienen en la cadena de valor de los productos derivados del corcho (trabajadores y empresas, así como sus ramas forestal e industrial). En un cuarto apartado, nos interesamos en conocer los intereses de los consumidores intermedios de los productos corcheros, es decir, de aquellos que tienen los productos corcheros como una materia prima para su propia fabricación, como es la industria vitivinícola. Y hemos querido conocer, como expertos en la materia que son, la opinión de los enólogos, los cuales son los encargados de tomar la decisión de compra para el cierre de los vinos que producen. Pensamos que, en general, estos profesionales tienen un conocimiento extenso sobre aspectos comerciales, pero también sobre aspectos técnicos de los cierres existentes en el mercado, por lo que son conocedores de los requisitos cualitativos que son exigibles a una industria o sector proveedor. En un quinto apartado se analizan una serie de actividades formativas previas con la intención de conocer cómo funciona la formación en este sector. Con toda la información generada se plasmarán los puntos de mejora de la formación en el negocio corchero que favorezca la profesionalización del mismo. Y por último, en el apartado séptimo, se procede a desarrollar brevemente algunas actividades formativas aplicadas a cada uno de los actores implicados para tratar de mejorar el desarrollo del negocio corchero.

## 2. Las demandas de formación en el mercado

El mercado del corcho, como se puede verificar en algunos de los otros informes realizados por este equipo investigador para el proyecto PRODEHESA, pero también en los informes oficiales de las entidades que velan por el correcto funcionamiento del negocio corchero, se caracteriza por su marcado carácter competitivo y por su excesiva dependencia de la industria vitivinícola. En este sentido, y por citar solo un aspecto que hace peligrar el futuro del sector, se ve amenazado por la irrupción de nuevos productos sintéticos cuya elaboración es más barata, mostrándose estos muy competitivos en términos de precio respecto a las manufacturas de corcho. Este aspecto ya fue reseñado por el informe elaborado en Rangel, Parejo, Cruz y García (2020), en el muchos de los individuos encuestados manifestaron la carestía de los productos del corcho frente a los sintéticos en la mayoría de sus aplicaciones comerciales.

Teniendo en cuenta lo anterior, pasamos a describir las principales líneas de formación que se derivan de la encuesta realizada a los consumidores en el citado informe:

1. Existe un cierto desconocimiento sobre las cualidades del corcho, especialmente, la referencia que se trata de un producto medioambiental sostenible y cuyo consumo favorece el mantenimiento del ecosistema conocido como la dehesa en España y el montado en Portugal<sup>24</sup>.

En este sentido, una de las necesidades de formación que emanan de las demandas del mercado es la mejora de los canales de comunicación, esto es, se hace necesario tener amplios conocimientos de marketing que permitan comunicar de forma efectiva las bondades del corcho, y que por tanto, se pueda llegar a influir a través de dichas bondades en la elección de compra de vinos cerrados con corcho por parte del público objetivo. Esto se hace aún más necesario si se quiere atender a segmentos de la población joven de regiones en las que no se tiene ninguna vinculación con este negocio.

2. Existe una predisposición a la utilización del corcho en productos aplicado a la construcción, pero se desconoce que este producto puede ser utilizado, y especialmente cuales son las características que este material le introduce a los materiales de construcción<sup>25</sup>. Al igual que ocurre con otros productos derivados del corcho, existe una predisposición de los consumidores a valorar en el proceso de compra dichos productos.

---

<sup>24</sup> Los estudios realizados por Carrero (2015 y 2019) ponen de manifiesto la sostenibilidad del corcho, así como la posibilidad de utilización de este noble material como herramienta no solo para el desarrollo económico sino también para la sostenibilidad ambiental de los ecosistemas adehesados. Otros estudios como el realizado por Martínez (2013) corroboran la sostenibilidad del tapón de corcho en todas las fases de su cadena de valor, desde el campo hasta su puesta como cierre de la botella de vino en las bodegas.

<sup>25</sup> La investigación sobre este tipo de productos se ve potenciado por la existencia de instituciones como INTROMAC (<http://neurona.gobex.es/centros/intromac/>). Institución que favorece la investigación sobre materiales de construcción. Además, en la tesis doctoral de Alberto Manuel Escalera (2013) podemos comprobar la investigación que se ha realizado sobre el uso del corcho para la fabricación de cementos y las propiedades que este material le confiere al mortero.

En este punto, otra de las necesidades de formación que produce la demanda del mercado es la creación de acciones formativas que favorezcan las innovaciones asociadas al negocio del corcho. Este sentido, la asociación ASECOR, constituida como una Asociación de Empresas Innovadoras<sup>26</sup>, puede ser determinante en la promoción de estas acciones formativas. Además, la existencia de centros de investigación e innovación y la estrecha vinculación de estos con el sector y con la Universidad favorece la aparición de itinerarios de formación que potencien los procesos de innovación.

3. El negocio del corcho tiene una amplia cuota de mercado en el comercio internacional, es decir, como ya afirmó en su tesis doctoral Francisco Manuel Parejo (2009) el negocio del corcho desde sus orígenes ha contado con una clara vocación hacia el mercado internacional. Esto es debido en gran medida a que muy pocos países detentan la materia prima y llevan a cabo su transformación, y sin embargo, un número amplio de países son consumidores de tapones de corcho, o de otros productos derivados del corcho (Parejo, 2010). Como hemos podido comprobar no solo es un producto valorado dentro de las fronteras de los países eminentemente corcheros como son España y Portugal.

En este punto, parece evidente que los actores que son responsables de colocar los productos derivados del corcho deben contar con formación sobre la venta y la internacionalización de los negocios. Es por ello, que uno de los puntos fuertes de un proceso de profesionalización del negocio del corcho pasa necesariamente por fomentar actividades formativas que mejoren las capacidades no solo de los empresarios sino también de los comerciales de las empresas en este sentido. En este punto como hemos podido comprobar en el recientemente publicado Plan de marketing de los productos derivados del corcho (Parejo, Sánchez, Rangel, Cruz y García, 2021) existen instituciones que velan por el buen funcionamiento del negocio del corcho que tiene una amplia formación y conocimiento de los mercados internacionales<sup>27</sup>.

4. El mercado, o, mejor dicho, los posibles compradores de productos derivados del corcho ponen de manifiesto que tienen una alta conciencia social no solo valorando la calidad en los procesos, sino también considerando que el negocio del corcho puede constituir un mecanismo para fijar población en las zonas rurales.

A este respecto, se puede afirmar que otra de las necesidades de formación para mejorar la imagen del corcho en los consumidores pasaría por fomentar la calidad percibida, esto es la calidad que el cliente asocia a un producto y que tiene ver con la calidad que el propio cliente asume que ciertos productos deben tener. Es decir, en el caso del corcho se asume que es un producto de calidad, en sus características y en sus procesos, es por ello por lo que cualquier fallo en la calidad de los productos va a ser valorado muy negativamente al contar el consumidor con unas altas expectativas de calidad con respecto a estos productos. En este

---

<sup>26</sup> Como puede comprobarse en la página web oficial de la propia institución: <https://www.asecorclustercorcho.com/> (consulta realizada el 04 de abril de 2021).

<sup>27</sup> En el caso de Extremadura debemos resaltar la labor que realiza AVANTE Extremadura en este sentido, que además está involucrado especialmente en dinamizar en los mercados internacionales los productos derivados de la dehesa como se puede comprobar en el proyecto PRODEHESA\_MONTADO (<https://prodehesamontado.eu/es/>, consulta realizada el 04 de abril de 2021).

punto detectamos que cualquier plan de mejora en la profesionalización y formación pasa por mejorar el conocimiento tanto de los empresarios como de los trabajadores del ramo sobre las certificaciones de calidad (Systecode, FSC y PEFC), además de los procesos de gestión de la calidad que no son exclusivos del negocio forestal<sup>28</sup>.

---

<sup>28</sup> Véase en este caso el manual sobre *Iniciación a la Gestión de Calidad* (Miranda, Chamorro y Rubio, 2007).

### 3. Análisis de las demandas de formación de los actores del negocio del corcho.

En la encuesta realizada a los diferentes actores de los que se compone el negocio del corcho hemos recibido 36 respuestas y la estructura de la muestra se presenta en el gráfico 4. Antes de comenzar el análisis conviene mencionar que se han presentado los datos a fecha de 4 de abril de 2021, pero que mientras el proyecto continúe abierto dicha encuesta seguirá activa. En caso de que se produzcan nuevas respuestas que modifiquen los resultados o que permitan detectar más necesidades de formación, se procederá a la actualización de dichos resultados.

**Gráfico 4.**

**Estructura de la muestra de la encuesta a los actores del negocio del corcho**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta realizada.

Para una mejor comprensión de las demandas de cada uno de los actores vamos a analizarlos de formas separada.

#### 3.1. Las demandas formativas de los trabajadores de la rama forestal del negocio del corcho

En primer lugar y para situar las respuestas que hemos obtenido de los trabajadores de la rama forestal del negocio corchero tenemos que decir que la muestra se encuentra compuesta por 16 respuestas de diferentes localidades Azaruja, Badajoz, Encinasola, Oliva de la Frontera y Zahínos. La edad de los trabajadores que han respondido a nuestra encuesta se encuentra compuesta por una representatividad de 18.80% para los tramos de edad de menores de 30 años y de 40 a 49 años, mientras que la mayor parte de las respuestas hacen

referencia a la edad comprendida entre 30 y 39 años con una representatividad de 62,5%. Por su parte, la experiencia en el sector se encuentra por debajo de los 10 años, de media.

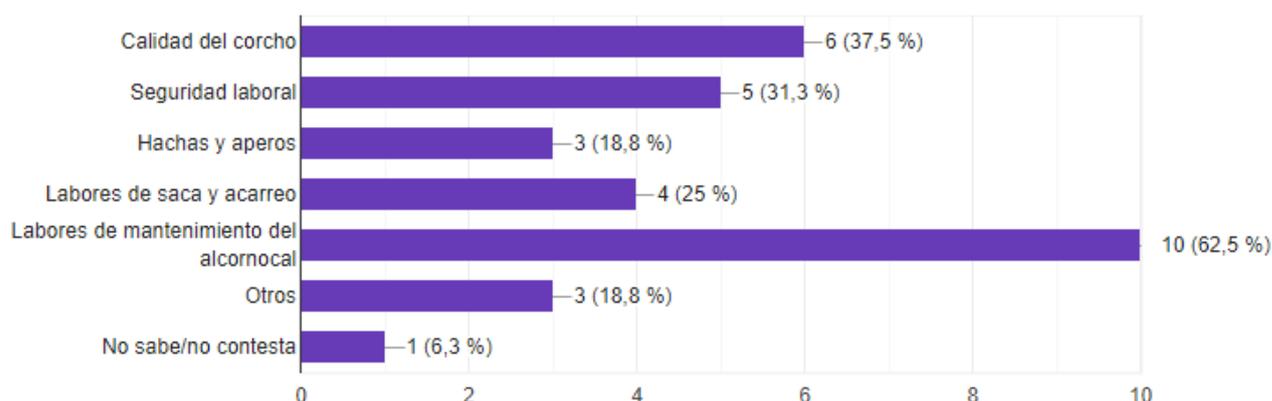
En segundo lugar, debemos mencionar que la mayoría (un 75%) no recibió ningún tipo de formación especializada antes de trabajar, por lo que se puede concluir que la saca y el acarreo del corcho es un oficio que se aprende trabajando y en el que la formación informal, ejercida muchas veces desde la propia familia o desde la tradición, es la imperante. Entre los trabajadores que sí recibieron algún tipo de formación destaca la recibida por empresas privadas especializadas en el negocio.

La mayoría de las respuestas coincide en afirmar que no se han recibido cursos de reciclaje (un 93,8%) mientras que la mayoría también coincide en que es necesario realizar cursos de formación (un 56,3%).

Las demandas de formación de los trabajadores del negocio del corcho en su rama forestal se encuentran resumidas en el Gráfico 5.

**Gráfico 5.**

**Demandas de formación de los trabajadores de la rama forestal del negocio del corcho**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta realizada.

### 3.2. Las demandas formativas de los trabajadores de la rama industrial del negocio del corcho

La muestra de las respuestas recibidas para los trabajadores de la rama industrial del negocio del corcho ha sido de 9 respuestas de localidades muy diferentes: Badajoz, Palafrugell, Paços de Brandão, Ponte de Sor, San Vicente de Alcántara y Valdelosa. Entre las edades de los trabajadores de la muestra nos encontramos en la edad comprendida en 40 y 49 años (un 44,4%), mientras un 33,3% se encuentra en edades comprendidas entre 30 y 39 años y un 22,2% presenta una edad comprendida entre 50 y 59 años. La primera conclusión que podemos extraer es que la edad de los trabajadores industriales es superior a la de los trabajadores de la rama forestal, hecho que es lógico debido a la destreza y estado físico que se necesita para trabajar en la rama forestal de este negocio.

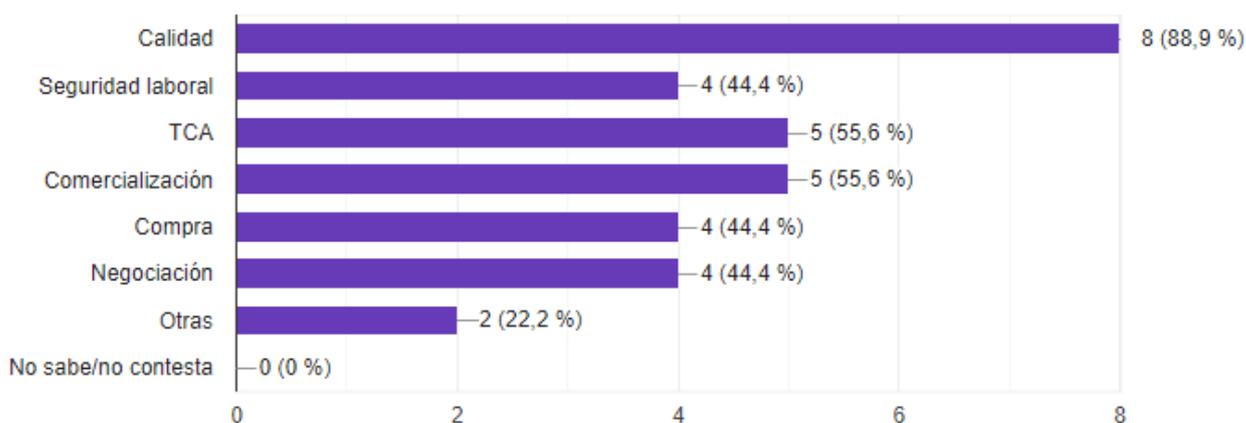
La mayoría de los trabajadores nos indican que solo han trabajado en una empresa (un 55,5%). En la muestra nos encontramos que el 66,6% sí ha recibido formación durante su

aprendizaje como trabajador industrial, aunque también nos indican que esta rama del negocio se suele aprender trabajando (un 88,9%). Pen otro orden de cosas, un 66,6% de los encuestados dice haber recibido cursos de reciclaje durante su vida laboral, destacado cursos sobre calidad, TCA, seguridad laboral, proviniendo siempre la formación de la empresa privada para la que trabajan. Es necesario destacar que, aunque la mayoría nos indica que realiza compras en el campo para su empresa, no han recibido ningún tipo de formación específica para ello. Y por último el 100% de las respuestas nos indican que es necesario mejorar la formación de los trabajadores de la rama industrial del negocio del corcho.

Las demandas de formación de los trabajadores del negocio del corcho en su rama industrial se encuentran resumidas en el Gráfico 6.

**Gráfico 6.**

**Demandas de formación de los trabajadores de la rama industrial del negocio del corcho**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta realizada.

### 3.3. Las demandas formativas de los empresarios y gestores de la rama forestal del negocio del corcho

En este apartado solo hemos recibido una respuesta y nos muestra que ha recibido formación en todas las áreas consultadas (calidad, TCA, ...). Este punto lo dejamos abierto a la espera de más respuesta para la formación de una imagen más clara de la situación y las demandas de formación de los empresarios y gestores de la rama forestal del negocio del corcho.

### 3.4. Las demandas formativas de los empresarios de la rama industrial del negocio del corcho

En este apartado solo hemos recibido 10 respuestas de industriales de las localidades de Azaruja, Cortegana, Gerona y San Vicente de Alcántara (siendo esta última la que presenta mayores cifras, 7 respuestas). En cuanto a la edad de los industriales el 20% nos indica que

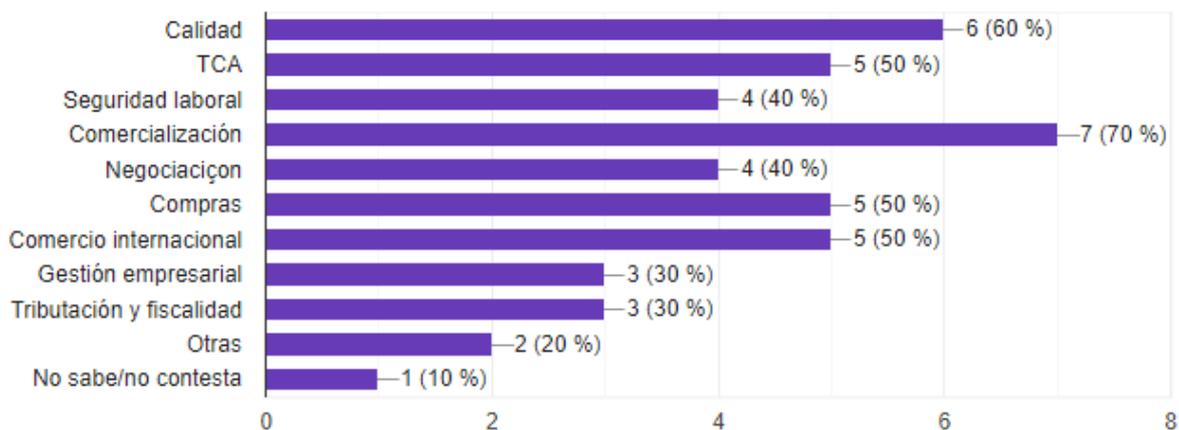
su edad está comprendida entre los 30 y 39 años, el 30% entre 50 y 59 años, y la mayoría (el 50%) tiene una edad comprendida entre 40 y 49 años. La experiencia de los industriales nos muestra que la mayoría han trabajado en más de una empresa a lo largo de su vida laboral, por lo que entendemos que el conocimiento del negocio por parte de la muestra es muy elevado, más cuando la mayoría nos muestra que posee más de 10 años de experiencia y su empresa familiar esta una segunda generación o superior.

En cuanto a la formación inicial el 50% sí la recibió y también parece derivarse de la encuesta que esta únicamente ha venido de la empresa privada, aunque también de la formación reglada oficial.

Entre el tipo de formación que no han recibido los encuestados se alude a formación sobre la gestión de la empresa, comercialización y ventas. Por último, hay que señalar que la mayoría (el 70%) considera necesario mejorar la formación de los industriales del negocio del corcho. Las demandas formativas de este colectivo se resumen en el gráfico 7.

**Gráfico 7.**

**Demandas de formación de los industriales del negocio del corcho**



**Fuente:** Elaboración propia en base a la encuesta realizada.



## 5. Actividades formativas para la gestión en el negocio corchero recientes.

El negocio del corcho tiene una especial vinculación con el territorio que la teoría económica define como efecto distrito o capital social (como explica Rangel, 2018a para el caso extremeño) o el modelo de desarrollo triple hélice (como muestra Mourisco, 2019, para el caso concreto de la localidad alentejana de Ponte de Sor). Es por esto por lo que las actividades formativas que parten directamente de alguno de los entes de investigación, o mejor dicho desde la propia universidad son constantes. Para comprobar la respuesta que tienen estas actividades formativas vamos a analizar dos actividades realizadas recientemente.

### 5.1. Curso Experiencias Innovadoras en Territorios Corcheros

Este curso de formación amparado en el programa de los Cursos Internacionales de Verano-Otoño de la Universidad de Extremadura nació fruto de la colaboración entre ASECOR y la Universidad de Extremadura. Se celebró en dos sesiones distintas; una primera celebrada en Badajoz y la otra en San Vicente de Alcántara.

#### Imagen 3.

**Presentación del Curso Internacional de Verano de la Uex. "Experiencias innovadoras en territorios corcheros" en Badajoz.**



Fuente: Extraído de Rangel, Parejo, Cruz y García (2020: 77)

Los objetivos de esta actividad formativa, que iba encauzaba hacia la innovación en el sector corchero, fueron los siguientes:

- Promover la innovación abierta y colaborativa entre los agentes de la cadena de valor del corcho.
- Servir de plataforma para el intercambio de conocimiento en la cadena de valor del corcho.
- Promover la innovación social y pública en los territorios corcheros.
- Transferir los conocimientos y experiencias innovadoras de la cadena de valor del corcho a los estudiantes y titulados de educación superior.
- Promover la bioeconomía circular y sostenible en los territorios corcheros de Europa.

Este curso presentó una excelente acogida, no solo por la implicación de todas las entidades e instituciones que velan por el buen funcionamiento o del negocio del corcho, sino por la participación de diferentes actores que intervienen en el negocio del corcho, cumpliendo su pretensión, que no era otra que compartir experiencias innovadoras, no solo en el producto sino desde diferentes ámbitos a los que se puede englobar el negocio, erigiéndose como un foro de encuentro e intercambio de experiencias.

## 5.2. Curso Herramientas para la Gestión de Empresas Forestales

Este curso de formación amparado en el programa de los cursos de perfeccionamiento de la Universidad de Extremadura partió como una iniciativa del Centro Universitario de Plasencia, aunando los profesores de dos titulaciones, el Grado de Administración y Dirección de Empresas y el Grado de Ingenierías Forestales y del Medio Natural, así como especialistas de otros campus de la Universidad de Extremadura.

Este curso se ofreció desde una modalidad virtual, y no solo se enfocó desde el negocio del corcho, sino desde todas las ramas de la gestión forestal. Contó con una buena acogida por parte de alumnado interesado en trabajar en la gestión forestal, y en este sentido queremos resaltar la aportación de este curso a la formación de gestores de empresas forestales, por lo completo del temario, y por la posibilidad de realización enfocado a cada uno de los productos forestales.

Los objetivos del curso eran los siguientes:

- Conocimiento de herramientas en la gestión económica, financiera y contable de empresas forestales.
- Utilización de herramientas TIC para la gestión económica, financiera y contable de empresas forestales.
- Adquisición y evaluación de técnicas de gestión forestal.
- Capacitación para la evaluación económica y forestal de los recursos forestales.
- Técnicas para la gestión de la calidad en las empresas forestales.
- Herramientas para la internacionalización de las empresas forestales

El temario que se siguió fue el siguiente:

Tema 1. Emprendimiento. Normativa y gestión

Tema 2. Herramientas para el análisis económico de la empresa y el sector forestal

Tema 3. Herramientas para el análisis financiero y contable de la empresa forestal

Tema 4. Normativa tributaria y gestión del personal de la empresa forestal

Tema 5. Técnicas para la gestión de recursos forestales

Tema 6. Productos emergentes del bosque

Tema 7. Buenas prácticas en el medio forestal (Experiencia del proyecto Mosaico)

Tema 8. Los Montes Públicos en Extremadura

Tema 9. Valorización de los recursos forestales

Tema 10. El proceso de licitación pública

Tema 11. Huella de carbono, huella hídrica y análisis de ciclo de vida de los recursos forestales

Tema 12. Servicios ambientales de los montes

Tema 13. Sociología del medio ambiente

Tema 14. Responsabilidad Social Corporativa

Tema 15. Gestión de la Calidad

Tema 16. Certificación y normativa aplicable en la Gestión de la Calidad Ambiental

Tema 17. Modelos de internacionalización de las empresas forestales. Casos de éxito

Tema 18. Análisis estratégico del proceso de Internacionalización

Tema 19. Normativa aplicable en el proceso de Internacionalización

Tema 20. Financiación de la internacionalización

### 5.3. Valoración de las actividades formativas recientes aplicables al negocio corchero

Como hemos podido observar en las dos experiencias previas que hemos analizado podemos comprobar que la Universidad de Extremadura, así como las entidades que velan por el buen funcionamiento del negocio del corcho tiene la capacidad para generar e impartir las actividades formativas necesarias para la profesionalización y mejora de la formación en el negocio corchero.

En este sentido queremos valorar el temario impartido en el segundo curso por lo completo que resulta, y que permite satisfacer las necesidades de formación sobrevenidas por el lado de la demanda (las enunciadas en el punto 2).

Los cursos que aquí se han analizado han sido realizados con éxito, hecho que denota que estas actividades formativas vinculadas a los negocios forestales en general, y al sector del corcho en particular, cuentan con una demanda suficiente para que las instituciones involucradas en la mejora y dinamización del negocio del corcho se planteen realizarlas.

## 6. Resumen de las necesidades de formación detectadas.

A modo de resumen, a través de las diversas metodologías aplicadas en la investigación llevada a cabo en este Informe, se han podido identificar distintas necesidades formativas para los 4 grupos de interés analizados.

Con carácter general, las necesidades formativas identificadas en los agentes que participan del negocio corchero se centran en cuatro ámbitos: primero, la comercialización de productos y muy especialmente la comunicación comercial asociado al corcho; segundo, la innovación que tiene lugar en el negocio corchero así como el proceso de innovación en su conjunto, que incluye no solo la producción de ideas, sino también su plasmación teórica y práctica y su registro en forma de patente para su explotación productiva y comercial; tercero, la problemática de la venta al exterior y de la internacionalización de los negocios; por último, la gestión de la calidad total, tanto en los procesos llevados a cabo en las empresas corcheras como de los productos elaborados por esta.

Siendo más concreto, se han identificado algunas necesidades de formación en los diferentes colectivos analizados. En lo que respecta a los trabajadores de la rama forestal del negocio, parece evidente que la principal laguna formativa se encuentra en las labores de mantenimiento del alcornocal, y en menor medida, aunque también relevantes, en el mejor conocimiento de las distintas variedades y calidades del corcho; en materia de seguridad laboral; en el conocimiento y perfeccionamiento de las labores de saca y acarreo del corcho; y en el manejo eficiente de las herramientas y técnicas, en particular del hacha y de los aperos necesarios para ejecutar las labores forestales en el campo.

En lo que respecta a los trabajadores de la industria corchera, las necesidades formativas más acuciantes se encuentran en el mejor conocimiento de las calidades del corcho; en la identificación de los problemas y riesgos que rodean al sector corchero, en particular, la generación de TCA en las manufacturas corcheras; la problemática de la comercialización de productos corcheros, especialmente, las especificaciones administrativas, técnicas, económicas y fiscales que conlleva la compra-venta internacional; los procesos de compra del corcho en dehesa, y dentro de estos, la negociación a llevarse a cabo; y la seguridad e higiene en el trabajo.

Finalmente, las necesidades formativas identificadas en el colectivo de empresarios y gestores se centran en la gestión, aunque en diversos frentes. De entrada, hay una demanda estructural de formación en comercialización y en gestión de la calidad, pues se trata de aspectos que han aparecido de forma recurrente en las encuestas y en las entrevistas realizadas. Igualmente, hay necesidades formativas en materia de TCA; seguridad laboral; procesos de negociación de compra de corcho; tributación y fiscalidad; y en gestión administrativa y de la producción.

Sobre este último punto, hay que advertir que no tenemos información específica procedente de los gestores de empresas forestales corcheras, lo cual nos impide concretar las lagunas formativas más acuciantes en este grupo de interés.

## 7. Algunas propuestas teóricas de actividades de formación para el negocio corchero.

Pasamos en las siguientes páginas a realizar algunas recomendaciones genéricas sobre posibles actividades de formación que ayudarían a cubrir las necesidades formativas identificadas en los agentes del sector corchero, al tiempo que ayudaría a conseguir una mayor profesionalización en el mismo en las distintas fases de la cadena productiva. No llevaremos a cabo una propuesta concreta del tipo de formación, reglada o no reglada, formal o informal, que debería ejecutarse, pues entendemos que ello requiere de una reflexión más profunda entre las instituciones públicas y privadas implicadas en la formación profesional y en la educación.

En lo que respecta a los trabajadores de la rama forestal, la intervención formativa es urgente, en tanto que los oficios relacionados con las labores de poda, saca y acarreo del corcho en el campo se están perdiendo dramáticamente en los últimos años. Esto se debe a la falta de incentivos económicos y profesionales de medio y largo que existen en este tipo de actividades, que no son consideradas por ello por los jóvenes como opción para labrarse un porvenir profesional. Pero también tiene que ver con la falta de un itinerario profesional y formativo reglado que cualifique adecuadamente a los trabajadores forestales como expertos en la realización de estas labores. En este sentido, es evidente que, desde un punto de vista cultural, antropológico e incluso histórico hay que seguir trabajando para que la tradición de estos oficios y el know how asociado a los mismos se siga transmitiendo de generación en generación, pero ello debe acompañarse ya, sin más demora, de un programa formativo y de profesionalización que aborde, al menos, los siguientes puntos:

- + Mejora de conocimiento del medio (en este caso de la dehesa/montado y en particular del alcornoque) desde un punto de vista edafológico, biológico y ambiental).
- + Formación técnica teórica y práctica en el conocimiento y manejo de herramientas propias de las actividades forestales asociadas a la saca, incluyendo aquellos trabajos que se realizan para la preparación de la saca y para mejorar el rendimiento del arbolado (léase, la limpieza de maleza, pero también las labores de poda, tala, reconocimiento del estado de salud del arbolado, etc.).
- + Programa formativo para la valorización del corcho y para el reconocimiento de las diferentes calidades que este presenta.

En lo que respecta a los trabajadores de la rama industrial del negocio corchero, las necesidades, parece que es también la experiencia y en cierto modo la tradición el principal canal de capacitación y cualificación de los trabajadores. En cualquier caso, tal y como se realiza ya para otros sectores industriales y productivos, es posible plantear programas de formación profesional reglados y formales que enseñen el oficio de trabajador de la industria corchera. Existe, además, una experiencia previa que, tal vez, debería relanzarse acompañada de un plan de incentivos que haga que las industrias se impliquen en el mismo. Se trata de la puesta en marcha de un Ciclo Formativo en Industria Corchera, de grado Medio y Superior, que ya existió en la localidad de San Vicente de Alcántara hasta la primera

década del siglo XXI, y que acabó desapareciendo por falta de estudiantes. En nuestro criterio, el replanteamiento de este ciclo formativo bajo las premisas y condiciones de una FP Dual, que implique al sector industrial en la formación práctica de los estudiantes a través de un programa de incentivos, es determinante. Solo hay que ver los programas formativos de ciclos análogos ya en funcionamiento, como el Ciclo Formativo en Industrias Alimentarias, para percatarse de la formación integral que estos programas ofrecen al trabajador industrial. En este sentido, a través de diversos módulos, se acaba capacitando al trabajador en aspectos como la formación y orientación laboral; la organización de los centros de trabajo; la tipología de industrias en el sector corchero; el proceso productivo de la transformación del corcho; calidades y variedades de la materia prima; conocimiento y manejo de las herramientas y de la tecnología existente en los centros de trabajo industrial del sector corchero; comercialización y logística en la industria corchera; gestión de la calidad y ambiental en la industria corchera; control microbiológico y físicoquímico del corcho y sus manufacturas; procesos integrados en la industria corchera; iniciativa emprendedora; y, por supuesto, formación en los centros de trabajo.

Debe advertirse, con respecto a los dos grupos de trabajadores sobre los que se han propuesto acciones formativas, que en el marco del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales existe la familia profesional de Madera, Mueble y Corcho, la cual abarca un amplio conjunto de actividades agrupadas en 2 fases: por un lado, la primera transformación de la madera y del corcho; y por el otro, las actividades de segunda transformación, en concreto de carpintería y mueble. En lo que respecta a la primera, se orienta a la profesionalización en actividades de fabricación de productos semielaborados, a saber, aserrado, cepillado y preparación industrial de la madera; y chapas, tableros y paneles de madera. El corcho está completamente ausente en el catálogo, o al menos no están debidamente explicitadas las actividades de fabricación de productos intermedios de la industria corchera. Por su parte, en cuanto a las actividades de la industria de segunda transformación el catálogo contempla la realización de estructuras de madera y piezas de carpintería y ebanistería para la construcción; la fabricación de envases y embalajes de madera; y la fabricación de muebles, por lo que están también ausentes las manufacturas corcheras como opción de profesionalización y cualificación oficial<sup>29</sup>. En este sentido, es urgente la incorporación de las actividades de primera y segunda transformación del corcho, de forma explícita, al catálogo oficial de cualificaciones profesionales, pues ello mejoraría los itinerarios formativos y profesionales para los trabajadores del sector, mejorando, por consiguiente, la profesionalización en la industria corchera y en el sector corchero en general.

En lo que respecta a las acciones a llevar a cabo para la mejor formación de los empresarios y gestores de la rama forestal y de la rama industrial del negocio, apenas cabe incidir en la necesidad de dotar al sector de una formación reglada a través de la creación de un ciclo formativo profesional de grado medio y de grado superior. En particular, las habilidades técnicas y básicas necesarias para trabajar en el sector se podrían adquirir en los módulos

---

<sup>29</sup> Información extraída del Ministerio de Educación y Formación Profesional y del Instituto Nacional de las Cualificaciones ([https://incual.mecd.es/madera\\_descripcion](https://incual.mecd.es/madera_descripcion)).

del ciclo medio, quedando el ciclo superior par la capacitación administrativa y de gestión, especialmente en materias como la gestión contable, la comercialización, la fiscalidad, la dirección de la producción, la organización industrial y la gestión de la calidad, principalmente. Como añadido, se sugiere como iniciativa formativa la institucionalización como programa formativo oficial del curso denominado “Herramientas para la gestión de empresas forestales”, pues se entiende que aborda objetivos formativos que capacitan completamente al egresado para la gestión de empresas corcheras en los diversos ámbitos de la gestión.

## Bibliografía

- Becattini, G. (2005). *La oruga y la mariposa. Un caso ejemplar de desarrollo en la Italia de los distritos industriales: Prato (1954-1993)*. (Traducción de Juste Carrión). Valladolid: Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial.
- Branco, A., Parejo, F. M., Lopes, J. C., y Rangel, J. F. (2016). Cambios en la localización de la industria corchera mundial: Una perspectiva histórica. *Revista de estudios regionales*, 106, 55-78.
- Carrero, A. J. (2015). *Los aprovechamientos del monte en el suroeste peninsular: el corcho*. Huelva: Universidad de Huelva.
- Carrero, A. J. (2019). Visibilizar el corcho: estrategia comercial y ambiental. En J. A. Márquez y J. L. Llamas (Dir.) *Hélices y anclas para el desarrollo local* (pp. 758-765). Huelva: Consorcio Universidades Huelva-Cartagena de Indias.
- De la Calle, A. (2015). Situación del tejido empresarial de Extremadura. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, 27, 43-68.
- Escalera, A. M. (2013). *Influencia de la adición de residuos en las propiedades del hormigón*. Badajoz: Universidad de Extremadura.
- Escolano, C., y Belso, J. A. (2003). La influencia del factor humano en los procesos de internacionalización y el crecimiento exterior de las empresas. *Boletín Económico del ICE*, 2766, 41-51.
- Linares, A. M. (2017). Extremadura en democracia (1975-2017): luz y contraluz de una historia económica regional. *Revista de Estudios Extremeños*, 73 (1), 955-966
- López, V. R., Nevado, D., y Baños, J. (2008). Indicador sintético de capital intelectual: humano y estructural. Un factor de competitividad. *EURE: revista latinoamericana de estudios urbano regionales*, 34 (101), 45-70.
- Marshall, A. (1963). *Principios de economía. Un tratado de introducción*, Madrid: Aguilar (edición original en inglés. Principles of Economics, Londres: Macmillan and Co., 1890).
- Martínez, M. A. (2013). La sostenibilidad del tapón de corcho del campo a la bodega. En A. Tobes y P. Rodríguez (Eds.) *Innovación Vitivinícola en la Ribera del Duero. Sostenibilidad III* (pp. 97-112). Aranda del Duero: Consejo Regulador de la Denominación de Origen Ribera del Duero.

- Miranda, F. J., Chamorro, A., y Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Madrid: Ediciones Delta.
- Mourisco, P. (2016). Does Ponte Sor have conditions to implement a Triple Helix Model? – The cork sector. En J. F. Rangel, C. M. Faísca, S. Bombico y P. Mourisco (Coords.) *El alcornocal y el negocio corchero: una perspectiva histórica e interdisciplinar – O Montado de sobro e o setor corticeiro: uma perspectiva histórica e transdisciplinar* (pp. 203-220). Badajoz: Diputación de Badajoz.
- Negrín, Y., y Cárdenas, L. (2020). Una mirada sobre la educación a distancia como opción en tiempos de pandemia. *EDUMECENTRO*, 12(3), 291-295.
- Parejo, F. M. (2009). *El negocio de exportación corchera en España y Portugal durante el siglo XX: cambios e intervención pública*. Badajoz: Universidad de Extremadura.
- Parejo, F. M. (2010). *El negocio del corcho en España durante el siglo XX*. Madrid: Banco de España.
- Parejo, F. M., Sánchez, C., Rangel, J. F., Cruz, E., y García, I. (2021). *Plan de Marketing y comercialización de los productos derivados del corcho*. Badajoz: Grupo de Estudios de Historia Económica (Universidad de Extremadura) – Observatorio para la Comercialización y la Industrialización del Corcho Extremeño (OCICEX).
- Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Barcelona: Plaza y Janés (ed. Original en inglés, *The competitive Advantage of Nations*, Londres, Macmillan, 1990).
- Rangel, J. F. (2013). *La industria corchera extremeña en las últimas décadas. Un análisis desde la óptica de los distritos industriales*. Don Benito (Badajoz): Grupo de Estudios de las Vegas Altas.
- Rangel, J. F. (2018a). El ciclo de vida del distrito industrial de San Vicente de Alcántara. El negocio del corcho. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, 30, 37-72.
- Rangel, J. F. (2018b). *Los Sistemas Productivos Locales en Extremadura. Aportaciones a la Política de Desarrollo Industrial y Rural*. Badajoz: Universidad de Extremadura.
- Rangel, J. F., y Cruz, E. (2019). El ciclo de vida de la industria corchera extremeña en el contexto nacional. Una visión de largo plazo (1838-2019). *Historia e Economía: Revista interdisciplinar*, 23 (2), 117-140.
- Rangel, J. F., y Parejo, F. M. (2017). El origen y desarrollo del negocio corchero extremeño. La contribución de la Comarca Sierra Suroeste. En R. Segovia (Coord.) *Arqueología e Historia en Jerez de los Caballeros y su entorno. I Jornadas de Historia en Jerez de los Caballeros* (pp. 405-425). Jerez de los Caballeros: Xerez Equitum y Diputación de Badajoz.
- Rangel, J. F., Parejo, F. M., Cruz, E., y Tejeda, A. (2020). *Estrategia de promoción y formación del consumidor del tapón de corcho natural*. Badajoz: Observatorio para la Comercialización y la Industrialización del Corcho Extremeño (OCICEX).
- Rangel, J. F., Tejeda, A., y Parejo F. M. (2016a). El distrito industrial corchero de San Vicente de Alcántara. Desarrollo industrial e internacionalización. En J. F. Rangel, C. M. Faísca, S. Bombico P. Mourisco (Coords.) *El alcornocal y el negocio corchero: una perspectiva*

- histórica e interdisciplinar – O Montado de sobro e o setor corticeiro: uma perspectiva histórica e transdisciplinar* (pp. 232-246). Badajoz: Diputación de Badajoz.
- Rangel, J. F., Tejeda, A., y Parejo, F. M. (2016b). *Plan estratégico para la especialización en la transformación de productos corcheros*, Badajoz: Observatorio para la Comercialización y la Industrialización del Corcho Extremeño (OCICEX).
- Seco, J. (2014). *La construcción de la identidad social en los poblados de colonización de la comarca del Valle del Alagón*. Cáceres: Universidad de Extremadura.
- Yuste, R. (2013). *Una e-evaluación innovadora como factor de la mejora de la enseñanza on-line*. Cáceres: Universidad de Extremadura.
- Zapata, S. (1996a). Corcho extremeño y andaluz, tapones gerundenses. *Revista de Historia Industrial*, 10, 37-68.
- Zapata, S. (1996a). *La Industria de una región no industrializada: Extremadura, 1750-1990*. Cáceres: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.
- Zapata, S. (2002). Del suro a la cortiça: el ascenso de Portugal a primera potencia corchera del mundo. *Revista de historia industrial*, 22, 109-137
- Zapata, S. (2009). Declive y resistencia de la industria corchera española en la segunda mitad del siglo XX. Una descripción cuantitativa. En S. Zapata (Coord.) *Suredes i industria Sureda: avui, ahir i demà. Alcornocales e indústria corchera: ayer, hoy y mañana. Cork oak woodlands and cork industry: present, past and future* (pp. 840-875). Palafrugell: Museu del Suro de Palafrugell.
- Zapata, S. (2010). La «revolución vitivinícola» y sus efectos sobre el negocio corchero. *Documentos de Trabajo de la Asociación Española de Historia Económica*, nº 1002.

## Anexo. Encuesta para la detección de necesidades de formación de los grupos de interés del negocio del corcho.

### **Proyecto Prodehesa-Montado**

Este formulario es completamente anónimo y su utilización es únicamente para finalidad de investigación para la mejora del negocio corchero. Se realiza desde el Grupo de Estudios de Historia Económica de la Universidad de Extremadura, bajo el marco del proyecto de cooperación transfronteriza de la Unión Europea Prodehesa-Montado.

#### **Pregunta 1.** ¿A qué colectivo del negocio corchero perteneces?

- Trabajador forestal del corcho (sacadores, acarreadores...)
- Trabajador industrial del corcho (preparación, transformación...)
- Empresario forestal del corcho (propietario de dehesa, empresa saca y acarreo...)
- Empresario industrial del corcho (preparación, transformación...)

**Nota:** el contestar a esta pregunta es obligatoria y dirige a cada sección atiende a cada uno de los grupos de interés del negocio corchero

#### **Sección 2. Para el trabajador forestal del corcho (sacadores, acarreadores...)**

##### **Pregunta 2.** Edad

- menos de 30 años
- 30-39 años
- 40-49 años
- 50-59 años
- más de 60 años
- No sabe/no contesta

##### **Pregunta 3.** Localidad

**Pregunta 4.** Años de experiencia

- 0-2 años
- 3-4 años
- 5-9 años
- más de 10 años
- No sabe/ No contesta

**Pregunta 5.** ¿Recibió algún tipo de curso en su aprendizaje del oficio?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 6.** ¿Quién le ofreció dicha formación?

- Ayuntamiento (entidad local)
- Empresa privada
- Administración pública supramunicipal (Junta, Mancomunidad...)
- Servicio Público de Empleo
- Formación reglada (Formación profesional)
- Sindicatos
- No sabe/no contesta

**Pregunta 7.** ¿Aprendió el negocio mientras trabajaba? (sin necesidad de otro tipo de formación)

- Sí
- No
- No sabe/ no contesta

**Pregunta 8.** ¿Cuánto tiempo se necesita estar de aprendiz?

**Pregunta 9.** ¿Ha recibido algún curso de reciclaje durante su vida laboral en el negocio del corcho?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 10.** ¿Ha recibido alguna formación sobre seguridad laboral?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 11.** ¿Ha recibido algún tipo de formación para prevenir el TCA?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 12.** ¿Considera necesario mejorar la formación de los sacadores?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 13.** ¿En qué áreas crees que se debería ofertar formación para los sacadores?  
(puede responder varias opciones)

- Calidad del corcho
- Seguridad laboral
- Hachas y aperos
- Labores de saca y acarreo
- Labores de mantenimiento del alcornocal
- Otros
- No sabe/no contesta

**Pregunta 14.** Otros aspectos que veas necesarios en la formación del trabajador forestal del corcho

### **Sección 3. Para el trabajador industrial del corcho (preparación, transformación...)**

#### **Pregunta 15.** Edad

- Menos de 30 años
- 30-39 años
- 40-49 años
- 50-59 años
- más de 60 años
- No sabe/no contesta

#### **Pregunta 16.** Localidad

#### **Pregunta 17.** Número de empresas en las que ha trabajado

#### **Pregunta 18.** Años de experiencia en el sector

- 0-2 años
- 3-4 años
- 5-9 años
- Más de 10 años
- No sabe/ no contesta

#### **Pregunta 19.** ¿Recibió algún tipo de formación en su aprendizaje?0

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

#### **Pregunta 20.** ¿Quién ofreció dicha formación?

- Ayuntamiento (entidad local)
- Empresa privada
- Administración pública supramunicipal (Junta, mancomunidad...)
- Servicio público de empleo
- Formación regalada (formación profesional)
- No sabe/no contesta

**Pregunta 21.** ¿Aprendió el negocio mientras trabajaba? (sin necesidad de otro tipo de formación)

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 22.** ¿Cuánto tiempo de aprendizaje estima necesario para no ser considerado aprendiz?

**Pregunta 23.** ¿Ha recibido algún curso de reciclaje durante su vida laboral?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 24.** ¿Ha recibido formación en seguridad laboral?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 25.** ¿Ha recibido algún tipo de formación en prevención del TCA?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 26.** ¿Ha recibido algún tipo de formación en calidad?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 27.** ¿Ha recibido algún tipo de formación para la comercialización del corcho?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 28.** ¿Realiza compras en campo para la empresa?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 29.** ¿Ha recibido algún tipo de formación para la compra en campo del corcho?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 30.** ¿Considera necesario mejorar la formación de los trabajadores industriales del corcho?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 31.** ¿Qué áreas considera necesaria mejorar en la formación de los trabajadores industriales del corcho? (es posible contestar varias opciones)

- Calidad
- Seguridad laboral
- TCA
- Comercialización
- Compra
- Negociación
- Otras
- No sabe/no contesta

**Pregunta 32.** Otros aspectos en los que vea necesario mejorar la formación

**Sección 4. Para empresarios forestales del corcho (propietario de dehesa, empresa saca y acarreo...)**

**Pregunta 33.** Edad

- Menos de 30 años
- 30-39 años
- 40-49 años
- 50-59 años
- Más de 60 años
- No sabe/no contesta

**Pregunta 34.** Localidad

- Tipo de propiedad
- Propietario de forma colectiva (cooperativa)
- Propietario de forma privada
- Gestor
- No sabe/no contesta

**Pregunta 35.** Años de experiencia

**Pregunta 36.** ¿Es una empresa forestal de tradición familiar?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 37.** ¿Cuántas generaciones de la familia se han dedicado al negocio del corcho?

- 1
- 2
- 3
- 4 o más
- No sabe/no contesta

**Pregunta 38.** Motivación para entrar en el negocio del corcho

**Pregunta 39.** Años de experiencia

- 0-2 años
- 3-4 años
- 5-9 años
- Más de 10 años
- No sabe/no contesta

**Pregunta 40.** ¿Recibió algún tipo de formación en su etapa de aprendizaje en el negocio?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 41.** ¿Quién le ofreció la formación inicial?

- Ayuntamiento (entidad local)
- Empresa privada
- Administración pública supramunicipal (junta, mancomunidad...)
- Servicio público de empleo
- Formación reglada (Formación profesional, universidad...)
- Sindicatos
- No sabe/no contesta

**Pregunta 42.** ¿Aprendió el negocio mientras trabajaba? (sin necesidad de otro tipo de formación)

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 43.** ¿Ha recibido algún tipo de formación reglada orientada al negocio?

- Sí, universitaria de grado
- Sí, universitaria de posgrado
- Sí, formación profesional
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 44.** ¿Cuál es su titulación?

**Pregunta 45.** ¿Ha recibido formación en seguridad laboral?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 46.** ¿Ha recibido formación en prevención del TCA?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 47.** ¿Ha recibido algún tipo de formación en calidad?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 48.** ¿Ha recibido formación en comercialización?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 49.** ¿Ha recibido formación en gestión de empresas?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 50.** ¿Considera necesario mejorar la formación para la gestión de la dehesa y de las empresas forestales?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 51.** ¿En qué áreas considera necesaria mejorar la formación de los propietarios?  
(puede señalar varias opciones)

- Calidad
- Seguridad laboral
- TCA
- Comercialización
- Negociación
- Gestión empresarial
- Tributos y administración de aspectos forestales
- Otros
- No sabe/no contesta

**Pregunta 52.** ¿En qué aspectos ves necesarios mejorar la formación?

**Sección 5. Para empresarios industriales del corcho (preparación, transformación...)**

**Pregunta 53.** Edad

- Menos de 30 años
- 30-39 años
- 40-49 años
- 50-59 años
- Más de 60 años
- No sabe/no contesta

**Pregunta 54.** Localidad

**Pregunta 55.** Número de empresas en las que ha trabajado

- Años de experiencia
- 0-2 años
- 3-4 años
- 5-9 años
- Más de 10 años
- No sabe/no contesta

**Pregunta 56.** ¿En qué tipo de empresa trabaja?

- Empresa privada familiar
- Empresa privada no familiar
- Cooperativa o similar
- No sabe/no contesta

**Pregunta 57.** ¿Es empresario corchero por tradición familiar?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 58.** ¿Cuántas generaciones de industriales corcheros ha habido en su familia?

- 1
- 2
- 3
- 4 o más

**Pregunta 59.** Motivación para ser empresario industrial corchero

**Pregunta 60.** Años de experiencia

- 0-2 años
- 3-4 años
- 5-9 años
- Más de 10 años
- No sabe/no contesta

**Pregunta 61.** ¿Recibió algún tipo de formación durante su aprendizaje en el negocio?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 62.** ¿Quién ofreció dicha formación inicial?

- Ayuntamiento (entidad local)
- Empresa privada
- Administración pública supramunicipal (Junta, mancomunidad...)
- Servicio Público de Empleo
- Formación reglada (formación profesional, universitaria...)
- No sabe/no contesta

**Pregunta 63.** ¿Aprendió trabajando?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 64.** ¿Cuánto tiempo estuvo de aprendiz en el negocio? (etapa de formación)

**Pregunta 65.** ¿Ha recibido algún tipo de formación reglada orientada al negocio?

- Sí, formación profesional
- Sí, universitaria de grado
- Sí, universitaria de posgrado
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 66.** ¿Cuál es su formación-titulación?

**Pregunta 67.** ¿Ha recibido alguna formación seguridad laboral?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 68.** ¿Ha recibido algún tipo de formación en prevención del TCA?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 69.** ¿Ha recibido formación en gestión de la calidad?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 70.** ¿Ha recibido algún tipo de formación en comercialización?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 71.** ¿Ha recibido algún tipo de formación en gestión empresarial?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 72.** ¿Realiza usted compras en el campo?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 73.** ¿Ha recibido formación específica para la compra en el campo?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 74.** ¿Aprendió el negocio mientras trabajaba? (sin necesidad de otro tipo de formación)

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 75.** ¿Se encarga directamente de la venta?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 76.** ¿Ha recibido formación específica para la venta?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 77.** ¿Aprendió a vender el corcho mientras trabajaba? (sin necesidad de otro tipo de formación)

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 78.** ¿Considera necesario mejorar la formación de los empresarios del negocio del corcho?

- Sí
- No
- No sabe/no contesta

**Pregunta 79.** ¿Qué áreas de conocimiento ves necesario mejorar para el empresariado del negocio del corcho? (se admiten varias opciones)

- Calidad
- TCA
- Seguridad laboral
- Comercialización
- Negociación
- Compras
- Comercio internacional
- Gestión empresarial
- Tributación y fiscalidad
- Otras
- No sabe/no contesta

**Pregunta 80.** Otros aspectos que veas necesario mejorar en la formación del empresario del negocio del corcho

# Índice de cuadros y gráficos

## **Cuadros**

Cuadro 1. Ficha de recogida de datos para las entrevistas con los enólogos

## **Gráficos**

Gráfico 1. Situación actual del negocio corchero en la península ibérica

Gráfico 2. Esquema de un distrito industria corchero. Una aplicación al caso de San Vicente de Alcántara (Extremadura)

Gráfico 3. Esquema resumen de la metodología utilizada.

Gráfico 4. Estructura de la muestra de la encuesta a los actores del negocio del corcho

Gráfico 5. Demandas de formación de los trabajadores de la rama forestal del negocio del corcho

Gráfico 6. Demandas de formación de los trabajadores de la rama industrial del negocio del corcho

Gráfico 7. Demandas de formación de los industriales del negocio del corcho

## **Imágenes**

Imagen 1. Encuesta realizada

Imagen 2. Entregable sobre la promoción y formación del tapón de corcho natural

Imagen 3. Presentación del Curso Internacional de Verano de la Uex. "Experiencias innovadoras en territorios corcheros" en Badajoz.