

Informe de Expectativas Empresariales 2016

a.- Metodología aplicada y perfil de las empresas entrevistadas

b.- Resultados obtenidos

León, enero 2017

Informe de Expectativas empresariales 2016

a.- Metodología aplicada y perfil de las empresas entrevistadas

ILDEFE, agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de León, edita trimestralmente un Estudio del Mercado Laboral de León y su Alfoz que, a partir del año 2009, se complementa coincidiendo con la publicación del cuarto trimestre del ejercicio con un Informe de Expectativas Empresariales.

El informe refleja las opiniones de diferentes empresarios pertenecientes al ámbito geográfico de estudio, para captar su visión sobre la situación actual de sus negocios y sus perspectivas.

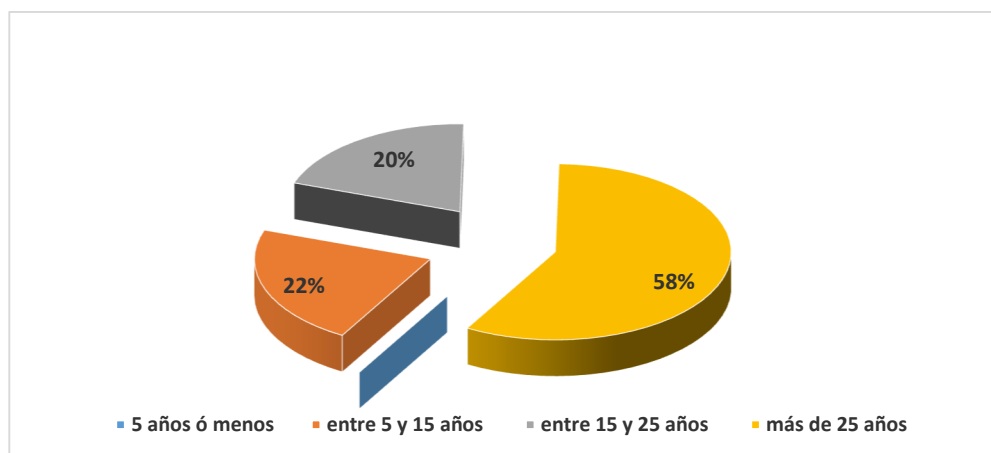
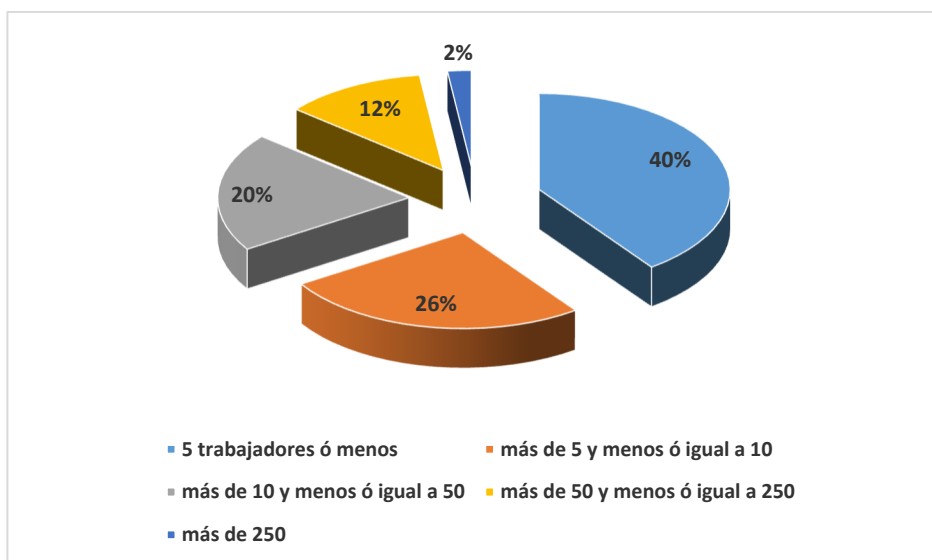
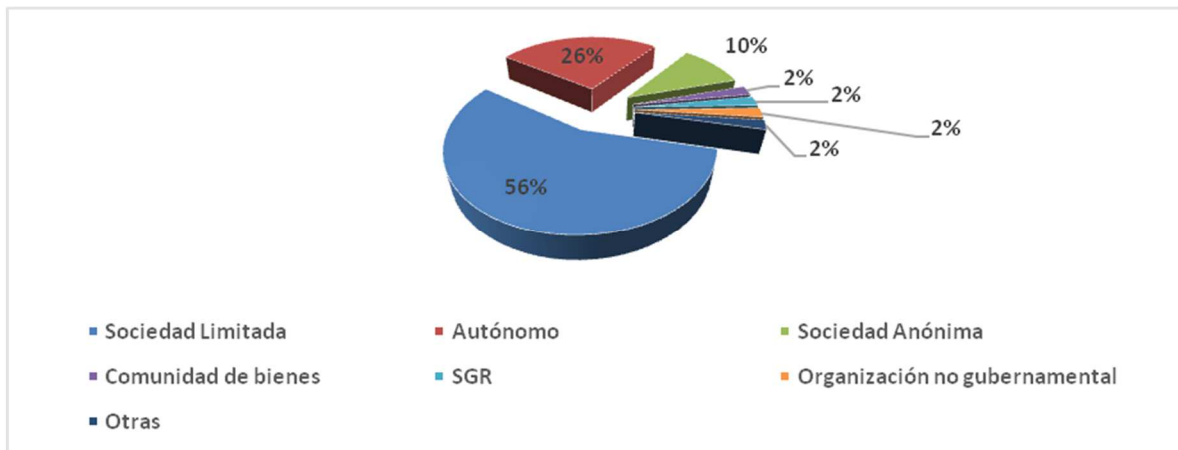
Se seleccionó un panel de empresas con los diferentes sectores de actividad presentes en el área metropolitana de la ciudad de León, de modo que se pudiera obtener una opinión lo más completa y representativa posible. El informe incluye las conclusiones obtenidas en la realización de 50 entrevistas.

Resulta obligado expresar nuestro agradecimiento a todas las personas, empresas e instituciones que con su imprescindible colaboración desinteresada han posibilitado la realización del presente trabajo.

Para seleccionar la composición de la muestra se ha tenido en cuenta la importancia de cada sector económico privado en la generación de empleo y en el número de actividades empresariales en el área de estudio (León y Alfoz), que mostramos a continuación:

Sector de actividad	Entrevistas
Comercio al por menor	20%
Hostelería	12%
Otras actividades empresariales	8%
Servicios a personas	8%
Actividades sanitarias y veterinarias	8%
Actividades informáticas	6%
Comercio al por mayor	6%
Educación	4%
Sector financiero y seguros	4%
Actividades inmobiliarias	4%
Construcción	2%
Actividades recreativas	2%
Asociaciones	2%
Transporte terrestre	2%
Industria agroalimentaria	2%
Industria química	2%
Fabricación de muebles	2%
Actividades de intermediación financiera	2%
Silvicultura	2%
Ediciones y comunicación	2%
Diseño gráfico	2%
Total	100%

Las entrevistas se realizaron durante el último trimestre del año 2016. La tipología de empresa se corresponde con una sociedad limitada (56% de los negocios entrevistados), de carácter familiar (64% del total), una plantilla de 5 o menos empleados (otro 40% de los encuestados) y una vida empresarial para el 58% de las empresas seleccionadas de más de 25 años. El empleo total generado por las empresas participantes asciende a 1.500 trabajadores. El detalle de estos datos aparece reflejado en los siguientes gráficos:



b.- Resultados obtenidos

b.1.- Expectativas económicas y empresariales.

La siguiente tabla recoge los principales resultados del observatorio:

CLIMA EMPRESARIAL Y ACTIVIDAD ECONOMICA ejercicio 2016 (opiniones 2016)	OPTIMISTA	ESTABLE	PESIMISTA
Valoración empresarial ejercicio	20%	30%	50%
Expectativas del próximo ejercicio	30%	68%	2%
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN 2015-16 (opiniones 2016)	INCREMENTO	ESTABLE	REDUCCIÓN
Año actual respecto año anterior	34%	60%	4%
Expectativas en próximos ejercicios	28%	68%	2%
INVERSIONES inmovilizado (opiniones 2016)	SI	NO	
Realizadas en año actual	46%	54%	
Previsión de realizar nuevas inversiones	24%	76%	
INVERSIONES I+D (opiniones 2016)	SI	NO	
Realizadas en año actual	38%	62%	
Previsión de realizar nuevas inversiones	20%	80%	
EMPLEO (opiniones 2016)	INCREMENTO	ESTABLE	REDUCCIÓN
Variación de la plantilla	14%	80%	6%
Tendencia en el futuro	6%	90%	4%

CLIMA EMPRESARIAL Y ACTIVIDAD ECONOMICA ejercicio 2015. (opiniones 2015)	OPTIMISTA	ESTABLE	PESIMISTA
Valoración empresarial ejercicio 2015	10%	26%	64%
Expectativas del próximo ejercicio	30%	66%	4%
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS EN 2015	INCREMENTO	ESTABLE	REDUCCIÓN
Año actual respecto año anterior	24%	64%	10%
Expectativas en próximos ejercicios	38%	62%	0%
INVERSIONES inmovilizado (opiniones 2015)	SI	NO	
Realizadas en año actual	50%	50%	
Previsión de realizar nuevas inversiones	32%	68%	
INVERSIONES I+D (opiniones 2015)	SI	NO	
Realizadas en año actual	32%	68%	
Previsión de realizar nuevas inversiones	16%	84%	
EMPLEO (opiniones 2015)	INCREMENTO	ESTABLE	REDUCCIÓN
Variación de la plantilla 2015/2014	18%	72%	10%
Tendencia en el futuro	18%	80%	2%

Opiniones Año 2014

CLIMA EMPRESARIAL Y ACTIVIDAD ECONOMICA 2013-2014.	OPTIMISTA	ESTABLE	PESIMISTA
Valoración empresarial ejercicio 2014	4%	18%	78%
Expectativas del próximo ejercicio	18%	80%	2%

Como principales conclusiones de los anteriores cuadros podemos destacar los siguientes aspectos:

- En primer lugar hay que destacar que, tras 8 ediciones de este informe, los datos siguen mostrando grandes incertidumbres en muchos aspectos, aunque se observa una tendencia positiva en cuanto a la evolución de las expectativas empresariales, los niveles de ventas, el empleo generado y las inversiones acometidas.
- En la parte negativa del estudio la mitad del tejido empresarial local entrevistado (el 50%) sigue siendo pesimista/muy pesimista a la hora de valorar la situación empresarial y la actividad económica de su entorno a lo largo del ejercicio 2016. De este modo, la otra mitad mantiene una valoración optimista (20%) o bien estable (30% de las empresas encuestadas).
- Como aspecto esperanzador, año tras año, las percepciones pesimistas se van reduciendo de forma significativa. Así, mientras que en el año 2012 un 88% de los entrevistados era muy pesimista con el clima empresarial existente, ese porcentaje ha ido evolucionando a un 80% en el 2013, 78% en 2014, 68% en 2015 hasta alcanzar en 2016 el 50%.
- La evolución del porcentaje de empresarios que es optimista respecto a la situación económica ha pasado desde un 4% en 2012 al 20% de este ejercicio.
- Si nos centramos en las expectativas de futuro que tienen las empresas de nuestro municipio para el ejercicio económico 2017, un 68% de las personas entrevistadas prevé una situación estable, similar al año 2016, frente a un 2% que sostiene una visión pesimista y un 30% que espera sea mejor.

Estas valoraciones globales sobre la actividad empresarial de nuestro municipio son trasladadas por los encuestados a la hora de analizar la situación de sus empresas respecto a los principales indicadores de actividad económica.

a-Analizando el capítulo de las ventas se refleja una mejora en los datos respecto al anterior ejercicio. Un 34% de las empresas manifiestan que han tenido un incremento de su facturación en ventas y un 60% indica que su situación es la misma que en el ejercicio empresarial 2015. El 4% restante manifiesta que su volumen de ventas ha resultado inferior al del año pasado.

Según las opiniones vertidas en el año 2015, el porcentaje de empresas que manifestaron un aumento en ventas fue de un 24%, mientras que el 10% indicaron que su volumen de facturación se redujo en comparación con lo obtenido en el año 2014 (frente al 4% de este año como ya se ha mencionado), y el 64% restante de empresas manifestaron una situación estable (frente al 60% actual).

b-La evolución del empleo es muy similar a la de las ventas. La mayoría de las empresas, un 80%, manifiestan que han mantenido sus plantillas, una situación muy similar a la de hace un año, donde el 72% de las mismas indicaban la misma tendencia. El 14% de las empresas entrevistadas han incrementado las plantillas (frente al 18% de hace un año), y el 6% restante han efectuado una reducción de personal (el 10% en 2015).

Para contextualizar este dato hay que recordar que estamos tratando con una muestra en que las empresas de hasta diez empleados son mayoritarias, el 66%, y son empresas en las que las reducciones de plantilla son muy difíciles de hacer. Además, una parte importante de los entrevistados ha ido realizando ya los ajustes pertinentes en años precedentes, de manera obligada por la situación económica. Por otro lado, aunque las expectativas puedan ser buenas hay muchas precauciones a la hora de plantearse nuevas contrataciones.

c-En el capítulo de inversiones, los resultados reflejan una situación más contenida que en el pasado año 2015. De modo que a lo largo del ejercicio que acaba de finalizar, el 46% de los negocios encuestados admiten haber realizado inversiones en inmovilizado, frente a un 54% que no, y el 24% tiene la intención de hacerlo en el futuro cercano frente a un 76% que manifiesta que no desea realizar esa inversión a corto plazo, o no tiene una necesidad real. En el año 2015, el 50% de las empresas analizadas realizaron inversiones fijas frente al 50% restante que no lo hizo.

En el capítulo de investigación y desarrollo, el 38% de las empresas de la muestra realizaron ciertas inversiones, frente al 62% que declararon no disponer de recursos económicos suficientes para este apartado, situación bastante similar a la del año 2015, en el que un 32% realizaron inversiones en este campo frente al 68% que no llevaron a cabo ningún desembolso en este aspecto.

La sensación percibida en las entrevistas realizadas es que la actividad económica, después de varios años en los que hemos atravesado por una profunda crisis económica, se va recuperando, aunque esta recuperación no está llegando ni a todos los sectores, ni con la misma intensidad. El tamaño de la muestra no permite hacer desagregaciones sectoriales, pero en general en las empresas con actividades vinculadas al turismo o la exportación se percibe más optimismo que la media de la muestra. El sector comercio tampoco ha tenido un mal año en comparación con los ejercicios precedentes.

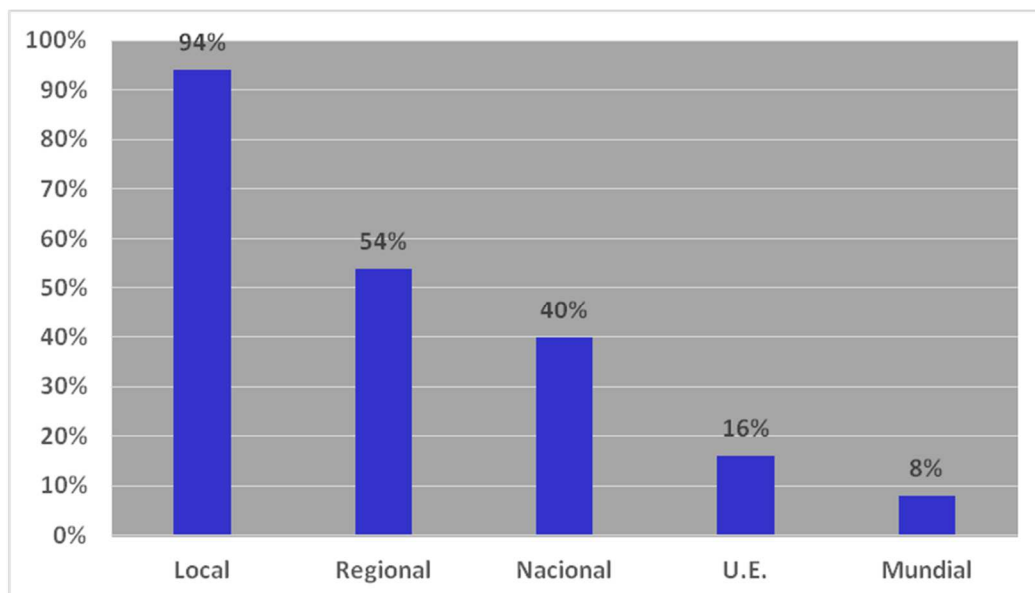
Respecto al futuro, por quinto año consecutivo las expectativas empresariales para el próximo ejercicio son mejores que la valoración que han tenido las expectativas empresariales en la marcha del año en curso, aunque hay datos que indican que este optimismo sobre el futuro tiene también sus incertidumbres. El porcentaje de empresas que espera que en 2017 se vayan a producir incrementos en el empleo, vayan a acometer nuevas inversiones o esperan tener incrementos en las ventas son más bajos que las que este año han experimentado dichos crecimientos.

En resumen, este 2017 que empieza se ve con cierto optimismo pero, paradójicamente, a la hora de establecer la incidencia de la buena marcha esperada de la actividad económica sobre el negocio propio no se espera que se vayan a producir mayores incrementos en la actividad de la empresa que el que ha podido haber en 2016. Además, las ventas aún tienen unos márgenes reducidos, el empleo que se crea tiene carácter temporal y las inversiones que se están realizando son debidas a operaciones que se han ido posponiendo en los años de crisis y llegó el momento en que resultaban inevitables para la normal operativa empresarial.

Ámbito de actuación comercial de las empresas.

Para poder valorar el entorno empresarial en el que se mueven las empresas encuestadas vamos a detallar el ámbito geográfico de actuación de las mismas.

- El 94% de las empresas entrevistadas venden en el mercado local. De este total, un 48% trabaja en exclusividad en este ámbito.
- Del total de la muestra el 54% manifiesta realizar ventas a nivel autonómico.
- Un 40% de los entrevistados realiza algún tipo de operaciones comerciales en el resto de la provincia.
- Respecto al mercado total de la Unión Europea, el 16% de los empresarios entrevistados indica que realiza ventas en el exterior, y en importancia estas ventas siguen representando entre el 10% y el 40% del total.
- En el resto del mundo son el 8% de los entrevistados los que señalan operaciones comerciales que en porcentaje representan entre un 5% y un 26% de su facturación en el año 2016.



Cambios en los productos o lanzamiento de nuevos productos o nuevos espacios geográficos

GAMA PRODUCTOS	2012	2013	2014	2015	2016
Cambios en productos y servicios	48%	50%	45%	52%	54%
Expectativas cambios próximo año	34%	42%	31%	40%	48%
MERCADOS GEOGRÁFICOS	SI	SI	SI	SI	SI
Ampliación mercados de venta	14%	17%	15%	20%	16%
Previsión ampliación próximo año	16%	14%	12%	18%	16%

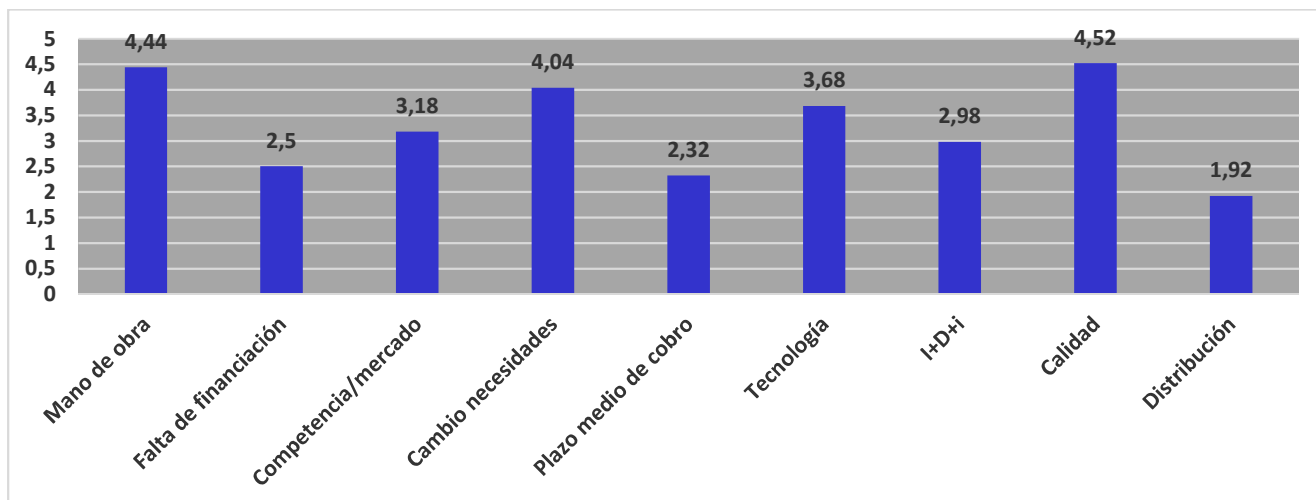
El 54% de las empresas entrevistadas ha realizado cambios en su gama de productos intentando adaptarse a los nuevos tiempos y costumbres, porcentaje ligeramente superior al de ejercicios precedentes, y también superior a los que en próximos ejercicios esperan cambiar la gama de productos.

Respecto a la posibilidad de ampliar mercados desde un punto de vista geográfico, aunque la opinión generalizada es que es complicado salir fuera, con el paso del tiempo cada vez más empresas situadas en nuestro municipio se plantean abrir nuevos mercados como herramienta necesaria para intensificar sus actividades empresariales. En este año 2016 una de cada seis empresas ha ampliado sus mercados desde un punto de vista geográfico.

Medios y canales de distribución y ventas.

De las empresas entrevistadas prácticamente la totalidad (el 92%) utiliza una fuerza de ventas propia como medio de distribución/venta. El 4% utiliza una fuerza de ventas externa a la empresa, en la mayoría de los casos como complemento a los recursos propios. La presentación de propuestas a concursos públicos se mantiene con bajos niveles por la menor oferta de concursos, y es usada por el 10% de las empresas entrevistadas. El instrumento de marca blanca y el de las franquicias es empleado por sólo el 2% del panel y un 5% alude a tipos de intermediarios distintos a los señalados anteriormente como pueden ser el caso de agencias y centrales de ventas/reserva. Estos resultados mantienen proporciones similares a las de ejercicios precedentes.

Factores influyentes en la gestión empresarial



Aún siendo importantes todos los elementos reflejados en el gráfico, siguen primando dos aspectos que destacan sobre el resto a la hora de valorar una buena gestión empresarial: disponer de mano de obra cualificada y calidad del producto/servicio ofrecido, ambas cualidades unidas a la capacidad de la empresa de adaptarse a las nuevas necesidades del cliente. La tecnología, con un valor promedio de 3,68, y la competencia y el mercado, con 3,18, siguen en esta escala de aspectos a considerar.

Como factores menos críticos en esta lista (y por tanto menos valorados) tenemos la I+D+i, con 2,98 sobre 5, la escasez de financiación, con 2,5, y el plazo medio de cobro, con 2,32. Ello es consecuencia de la mejoría relativa que están teniendo los mercados financieros y las políticas que han seguido las empresas para asegurarse un acortamiento en los plazos de cobros. La distribución aparece reflejada como la variable de menor trascendencia, con una ponderación de 1,92.

Oportunidades y amenazas que los empresarios ven en el corto plazo.

Oportunidades: factores externos que pueden influir positivamente en el futuro de sus empresas.

- En estos años, la crisis económica ha provocado la desaparición de numerosos competidores y ha producido un proceso de concentración de empresas, lo que genera oportunidades de negocio a las que siguen en cada sector.
- Se perciben ciertos cambios en los mercados financieros, con menos dificultades (según sectores) de acceso a fuentes de financiación.
- Se están empezando a notar algunos síntomas de confianza en la marcha de la economía, lo que anima el consumo y la toma de decisiones empresariales.
- Mejora o percepción de mejora de la situación económica en el país y del poder adquisitivo de las familias en particular.
- Reactivación del mercado de trabajo, aunque a ritmos menores de lo deseable, que genera mejoras en el consumo y en demanda de servicios (comercio, guarderías, atención a mayores, etc.).
- Los ajustes de costes que han realizado las empresas estos años les permiten ofrecer productos y servicios con una relación calidad/precio competitiva.
- Hay sectores que están atendiendo mercados con demanda creciente (sector TIC) lo que posibilita que las empresas puedan ver el futuro con menos incertidumbres. No obstante, los márgenes de venta son muy estrechos.
- Las empresas que han conseguido adaptarse a estos tiempos se han especializado en determinados nichos de mercado, lo que les posibilita contar con cierta fidelidad de los clientes.
- Internet ofrece un canal de venta que, si operas de forma adecuada, te permite incrementar las ventas y compensar la reducción de actividad que se ha producido en el mercado local.
- Se percibe un repunte de la actividad económica en España, lo que está empezando a tener efectos positivos a nivel local, aunque no con la intensidad suficiente.
- La llegada del AVE ha permitido la afluencia de turistas y visitantes que anima sectores como hostelería, comercio, servicios a personas, etc.
- La reducción de la renta disponible de los hogares en estos años de crisis motiva que se necesite ampliar la vida útil de los bienes: esto es positivo para actividades relacionadas con reparaciones, arreglos, venta de piezas de repuesto y artículos relacionados.
- La sensibilidad social ante la crisis hace que aumenten los gestos solidarios y el esfuerzo de las familias apoyando al sector que trata con colectivos desfavorecidos.
- Hay una mejora coyuntural de la economía y un ligero aumento en la oferta de concursos públicos.
- Las empresas están incrementando su oferta desde un punto de vista geográfico, con lo que mitigan los efectos de la crisis a nivel local.
- Hay muchas empresas y clientes particulares que han estado post-poniendo inversiones y gastos en los últimos tiempos a la espera de mejores momentos, y en la actualidad están empezando a tomar decisiones.

Amenazas: factores externos que pueden influir negativamente en el futuro de sus empresas.

- La situación económica en general, pese a las mejoras percibidas, presenta muchas incertidumbres, con cierres de empresas y ERES, lo que genera incertidumbres que reducen la actividad económica.
- La inestabilidad económica y política tanto a nivel interno (España) como externo genera incertidumbres que afectan a las decisiones empresariales.
- Desde hace ya varios años muchas familias tienen recursos limitados a la hora de consumir, invertir, etc., lo que reduce el gasto en servicios no esenciales (ocio, moda, servicios a las personas, etc.).
- El consumo, aunque está empezando a recuperarse, aún está muy lejos de los años precrisis, con lo que el gasto medio familiar se ha reducido de forma significativa, tanto en comercio, como en hostelería y el consumo de otros servicios.
- El surgimiento de actividades en economía sumergida durante este periodo de crisis está perjudicando a las empresas que operan legalmente en nuestro entorno.
- La disminución de recursos de la Administración Pública merma su efecto dinamizador en determinados sectores.
- La fuerte competencia existente entre las empresas que operan en la economía local, con grandes reducciones de los márgenes comerciales.
- El insuficiente control del cumplimiento normativo por parte de las administraciones favorece la competencia desleal y la aparición de proyectos empresariales oportunistas que generan una percepción de baja calidad.
- El envejecimiento de la población en el entorno genera que haya servicios que tengan problemas de demanda por estar orientados a gente joven. De seguir la tendencia dejarán de ser sostenibles.
- La existencia de cambios normativos afecta al funcionamiento de determinados sectores y puede afectar significativamente a las empresas.
- La pérdida de poder adquisitivo de la población, el comercio electrónico que se lleva ventas del entorno local fuera del mismo y la nueva cultura de la austeridad.
- En entorno de crisis, incremento de la morosidad, disminución de la inversión, situación negativa de empresas.
- La crisis económica y financiera actual es la amenaza más repetida en las entrevistas realizadas. Como consecuencia: pérdida de poder adquisitivo de los clientes, disminución en la capacidad de ahorro de las familias, aumento del número de personas en situación de paro laboral y descenso del consumo.
- La reducción de inversión por parte del sector público, que ha contraído determinados sectores de forma importante disminuyendo de forma significativa el tamaño del mercado.
- Poca innovación empresarial.
- La oferta global por Internet de productos a bajo precio. El cliente va al comercio a informarse sobre el producto pero la compra la realiza online.
- Se ha incrementado la rivalidad entre las empresas. Con la crisis entran a competir por contratos pequeños empresas de fuera a los que antes no les eran rentables.

Cooperación empresarial

El 52% de los empresarios entrevistados manifiesta pertenecer a asociación o grupo empresarial, frente al 48% que no pertenece a ninguna.

Procedencia de las compras

Aunque la mayoría de las empresas realizan parte de sus compras a nivel local, hay productos que importan de otros territorios. Así el 66% de las empresas de la muestra realiza a nivel nacional más de la mitad de las compras de los productos y servicios que utilizan para realizar su actividad.

El 42% de las empresas de la muestra hace compras de su actividad diaria en algún país de la Unión Europea (exceptuando España), y del total de la muestra sólo el 18% de las empresas realiza compras a nivel internacional (fuera de la unión europea) para realizar su actividad diaria.

Por citar algunos ejemplos de respuestas concretas que nos indican los tipos de materiales, maquinaria o servicios que se demandan fuera de nuestro entorno: licencias de programas de sistemas informáticos y algunos dispositivos informáticos, en sectores específicos determinados tipos de software; en hostelería y alimentación pescados y ciertos productos exclusivos, así como marcas de vinos; en enseñanza material pedagógico especializado en idiomas, determinados mecanismos de impresión, reproducciones de arte medieval, y en aquellas actividades gobernadas bajo el sistema de franquicia todo aquello que se someta a acuerdos incluidos en los contratos de funcionamiento de las mismas: servicios, técnicos cualificados, etc.

b.2.- Expectativas de gestión e innovación

Preguntados sobre en cuáles de los siguientes aspectos se planteaban realizar alguna mejora en 2017, las respuestas recogidas se pueden resumir en la siguiente tabla:

Actuación a realizar próximo ejercicio	Encuesta 2012	Encuesta 2013	Encuesta 2014	Encuesta 2015	Encuesta 2016
Cooperación empresarial	SI- 4% NO-96%	SI- 6% NO-94%	SI- 6% NO-94%	SI- 6% NO-94%	SI- 4% NO-96%
Implantación de sistemas de Calidad y otros modelos de gestión	SI- 22% NO-78%	SI- 15% NO-85%	SI- 10% NO-90%	SI- 16% NO-84%	SI- 18% NO-82%
Medio Ambiente	SI- 8% NO-92%	SI- 4% NO-96%	SI- 0% NO-100%	SI- 6% NO-94%	SI- 6% NO-94%
Nuevas tecnologías	SI- 18% NO- 84%	SI- 10% NO- 90%	SI- 10% NO-90%	SI- 26% NO-74%	SI- 26% NO-74%

A la hora de afrontar nuevos proyectos las respuestas obtenidas reflejan ligeras mejoras respecto a los ejercicios precedentes, especialmente en el campo de las nuevas tecnologías, en los que uno de cada cuatro entrevistados manifestaron tener la intención de realizar algún proyecto en ese campo. Podemos decir que la situación económica imperante hace que se reduzcan costes en proyectos futuros relacionados con la gestión empresarial no siendo urgentes, si bien es cierto que empieza a producirse cierta tendencia a invertir, consecuencia de mejora presupuestaria o por un clima creciente de opinión más positiva para el año 2017.

b.3.- Capital humano, empleo y formación

Perfil del equipo directivo de las empresas participantes

Las empresas entrevistadas en las que la dirección está integrada mayoritariamente por hombres son el 40%, frente a un 20% de empresas dirigidas exclusivamente por mujeres. La edad media de los responsables empresariales entrevistados está entre 35 y 50 años (64% del total), mayoritariamente con estudios universitarios (56,10% del total).

Sexo/Porcentaje	Sólo Hombres	90-60% de Hombres	60%-40% hombres y mujeres	60-90% mujeres	Sólo Mujeres
Equipo directivo	40%	16	20%	4%	40%

Edad media de los equipos directivos

Variable	Menor 35 años	Entre 35 y 50 años	Mayor 50 años
Edad media equipo dirección	10%	64%	26%

Nivel formativo del equipo directivo de las empresas participantes

Variable	Superior	F. profesional	Secundaria	G. Escolar	No contesta
% empresas con directivos de esta formación	56,10%	14,16%	17,46%	1,58%	10,7%

Perfil de la plantilla de las empresas participantes

La composición de las plantillas de las empresas entrevistadas tiene una distribución en la que predomina mayor representación femenina que masculina, situación previsible dado que la mayor parte de las empresas de la muestra pertenecen al sector servicios.

% de empresas con un 100% de hombres	% de Empresas con 90-60% de hombres	% de empresas con un 60%-40% hombres-mujeres	% de empresas con un 60-90% de mujeres	% de empresas con un 100% de mujeres
16%	22%	14%	26%	22%

Otras variables

Variable	Porcentaje de empresas 2012	Porcentaje de empresas 2013	Porcentaje empresas 2014	Porcentaje de empresas 2015	Porcentaje de empresas 2016
Empresas con trabajadores inmigrantes	17%	15%	12%	14%	12%
Empresas trabajadores discapacitados	9%	7%	8%	12%	16%
Empresas con personal en prácticas	30%	26%	23%	26%	30%

A la hora de interpretar estos datos hay que tener en cuenta que la mayor parte de la muestra se corresponde con empresas de reducido tamaño.

Tipo de contratación

Año 2016	Más del 75% de la plantilla con contrato indefinido	Entre 50 y 75% de plantilla con contrato indefinido	Menos del 50% de la plantilla con contrato indefinido
Tipo de contrato	82%	10%	8%

Los ajustes de personal realizados en los últimos años están produciendo una reducción en la temporalidad laboral en las empresas de la muestra. Por la dimensión pequeña de las empresas y la filosofía de estructura que defienden, la mayor parte quiere e intenta una plantilla fija y estable a lo largo del tiempo.

Nivel formativo de la plantilla de las empresas participantes

Los trabajadores de las empresas participantes tienen formación académica básica en un 17% del total de las plantillas, un 23% tiene formación profesional reglada, un 12% tiene estudios secundarios, y un 33% formación superior. Hay un 15% de las plantillas de los que no se dispone de datos.

Necesidades de formación por parte del equipo directivo

Los campos formativos que interesan a los gerentes de las empresas entrevistadas corresponden a materias muy relacionadas con su actividad sectorial y funcional, una constante reflejada en análisis empresariales anteriores.

Así, en el sector comercio se demanda formación específica en atención al cliente, gestión de ventas, habilidades comerciales en general, formación en idiomas y dinámicas propias de tienda, atención al público y saber lo que piden. En empresas de servicios destacan aspectos como diseño especializado, conocimientos en alimentación ecológica y tradicional, formación en peluquería, jardín de infancia, formación específica deportiva. En talleres se pide formación sobre manipulación y tratamiento del aluminio y pvc, nuevas técnicas en rehabilitación, decoración e impermeabilización, formación sobre talleres mecánicos, reparaciones en automoción, chapistería y pintura, y otros campos similares. En actividades de servicios a empresas como asesoría, consultoría o informática, las necesidades formativas se concretan en actualizaciones en las diferentes temáticas ofertadas, modelos y herramientas de gestión comercial y análisis de balances, la actualización frente a continuos cambios en la legislación laboral, fiscal y mercantil, calidad, en hostelería talleres de cocina, apoyo escolar e idiomas, trato al cliente, en consultoras de software cursos sobre leguajes de programación, etc.

En todo caso, con carácter general, la ampliación de conocimientos informáticos, gestión de redes sociales, los conocimientos en marketing –presencial y digital-, gestión de personal y empresa, creatividad de marca, toma de decisiones, calidad, imagen, formación jurídica, contable, laboral y fiscal, conocimiento sobre la elaboración de estudios de costes, y el desarrollo constante de habilidades y técnicas de liderazgo y gestión de personal, constituyen las materias de interés.

Incorporaciones a la plantilla. Necesidades de formación

El 26% de las empresas entrevistadas hace incorporaciones de plantilla habitualmente en periodos de más demanda y con carácter estacional. De ellas, el 64% tiene que realizar una formación inicial a las nuevas incorporaciones, mientras que el 36% restante no lo necesita, al menos de forma sistemática. En los casos en los que procede formación, el aprendizaje se refiere a las características propias del puesto de trabajo y/o el sector específico.