

EMPRESA Y COMERCIO 2006
*Estudio sobre las principales características de las empresas y
comercios de Boadilla del Monte*

Boadilla del Monte, 23 de marzo de 2007
Agencia de Desarrollo Local
Concejalía de Formación, Empleo y Comercio
Ayuntamiento de Boadilla del Monte

ÍNDICE

Introducción

1.- Informe cuantitativo: Análisis de la encuesta

1.1. Descripción del universo y selección de la muestra

1.2. Características de las empresas y del establecimiento de Boadilla del Monte

- 1.2.1. Forma jurídica de las empresas
- 1.2.2. Fundación de la empresa e implantación del establecimiento en el municipio
- 1.2.3. Número de establecimientos de la empresa
- 1.2.4. Localización de la sede central
- 1.2.5. Entramado empresarial de Boadilla del Monte
- 1.2.6. Régimen de tenencia de los establecimientos y características de los mismos
- 1.2.7. Clasificación de los establecimientos por sector de actividad y zona de localización
- 1.2.8. Tamaño de las empresas por empleo y facturación

1.3. Análisis del empleo de los establecimientos

- 1.3.1. Empleo: características por sexo y edad
- 1.3.2. Empleo: características por sexo y nivel de estudios
- 1.3.3. Tipo de contrato y jornada
- 1.3.4. Empleados residentes en Boadilla (Boadilla integra)
- 1.3.5. Empleo de extranjeros
- 1.3.6. Procedimientos de selección de personal
- 1.3.7. Previsiones de contratación de trabajadores a corto y medio plazo
- 1.3.8. Conciliación de la vida familiar y laboral
- 1.3.9. Perfil del empresario/entrevistado

1.4. Análisis de la formación laboral

- 1.4.1. Número y tipo de acciones formativas del último año
- 1.4.2. Procedimientos de formación
- 1.4.3. Formación laboral en el futuro
- 1.4.4. Incentivación a la formación de los trabajadores

1.5. Aspectos funcionales y organizativos de las empresas

- 1.5.1. Gestión empresarial
- 1.5.2. Equipamientos y servicios de las empresas
- 1.5.3. Horario laboral y apertura en festivos
- 1.5.4. Proyectos de mejora e innovación empresarial
- 1.5.5. Medidas de protección medioambiental
- 1.5.6. Evaluación y prevención de riesgos laborales
- 1.5.7. Asociacionismo empresarial

1.6. Situación del negocio

- 1.6.1. Situación actual del negocio
- 1.6.2. Expectativas de negocio a corto y medio plazo
- 1.6.3. Procedencia de clientes y proveedores

2.- Informe cualitativo.

Descripción y características de los centros comerciales y el polígono industrial de Boadilla del Monte.

3.- Resumen ejecutivo.

- 3.1. Descripción del universo y selección de la muestra**
- 3.2. Características de las empresas y del establecimiento de Boadilla del Monte**
- 3.3. Análisis del empleo de los establecimientos**
- 3.4. Análisis de la formación laboral**
- 3.5. Aspectos funcionales y organizativos de las empresas**
- 3.6. Situación del negocio**
- 3.7. Informe cualitativo**
- 3.8 Perfil tipo de la empresa de Boadilla del Monte**

4.- Anexos

Selección de cuadros y gráficos del sector Comercio al menor y reparaciones

INTRODUCCIÓN

Objeto de estudio

Este estudio sobre Empresa y Comercio de Boadilla del Monte 2006 tiene como objeto analizar las características de las empresas privadas del municipio. Se plantea como una investigación sociológica mediante la realización de una encuesta a una muestra representativa de empresas y comercios.

El estudio excluye, por definición, la Ciudad Financiera Santander y las empresas y organismos públicos del municipio. No es por tanto un estudio sobre actividad económica en general sino que se circunscribe a las empresas privadas del municipio. La Ciudad Financiera Santander se excluyó por su especial idiosincrasia y porque los datos globales hubieran quedado ocultos bajo el peso que dicha entidad supone en el conjunto municipal.

Es importante señalar que la presente investigación intenta analizar la situación económica "real" del municipio, por lo cual se centrará en los establecimientos que desarrollen una actividad económica *de facto*.

La encuesta incluía 117 preguntas. El procedimiento de encuesta fue presencial, realizado en los establecimientos de las empresas y comercios.

El trabajo se ha realizado entre el 25 de septiembre de 2006 y el 23 de marzo de 2007.

1.- INFORME CUANTITATIVO: ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

1.1. Descripción del universo y definición de la muestra

Descripción del universo

El universo de estudio lo componen las empresas privadas del municipio de Boadilla del Monte, a excepción del conglomerado de empresas que están localizadas en la Ciudad Financiera Santander.

La base de datos de referencia ha sido el listado de empresas incluidas en el Impuesto de Actividades Económicas a fecha enero 2006, facilitada por la Cámara de Comercio de Madrid (Delegación Majadahonda). Dicho listado contiene 1.982 empresas.

Como se ha señalado anteriormente, se considerarán incluidos en el universo los establecimientos que tengan actividad económica en el municipio de Boadilla del Monte, entre noviembre 2006 y febrero 2007, -fechas de realización del trabajo de campo-, quedando excluidos los domicilios fiscales que, figuran dados de alta en el listado del Impuesto de Actividades Económicas, pero que no desarrollan ninguna actividad en el municipio.

La base de datos de referencia, que es un listado nominal de empresas, incluye código CNAE y dirección postal. Dichos datos nos permitieron agregar

las actividades correspondientes a 294 códigos CNAE diferentes en once sectores de actividad económica. Así mismo recodificamos las empresas en función del domicilio y las agregamos en cuatro zonas.

Los 294 códigos CNAE se agregaron en once sectores de actividad económica:

1. Industrias extractivas y manufactureras
2. Construcción e industrias anejas
3. Comercio al mayor e intermediarios de comercio
4. Comercio al menor y reparaciones
5. Hostelería
6. Transporte y comunicaciones
7. Banca, intermediación financiera y seguros
8. Promoción inmobiliaria y servicios de la propiedad inmobiliaria
9. Servicios empresariales
10. Educación, sanidad y servicios sociales
11. Otros servicios: personales, ocio, cultura, deporte y sin especificar

Las zonas de municipio se establecieron conforme a tipologías de desarrollo urbano, según el siguiente desglose:

1. Casco urbano
2. Sector B
3. Polígono Prado del Espino
4. Resto del municipio¹

La distribución en números absolutos del universo por zona y sector de actividad se resume en el cuadro siguiente:

Distribución de establecimientos por sector de actividad y zona (absolutos)					
	Casco Urbano	Sector B	Prado del Espino	Resto del municipio	Total
1 Industrias extractivas y manufactureras	32	22	40	54	148
2 Construcción e industrias anejas	66	31	6	85	188
3 Comercio al mayor e intermediarios de comercio	23	37	27	75	162
4 Comercio al menor y reparaciones	164	122	16	101	403
5 Hostelería	53	56	1	28	138
6 Transporte y comunicaciones	30	19	6	29	84
7 Banca, intermediación financiera y seguros	24	21	0	11	56
8 Promoción inmobiliaria y servicios de la propiedad inmobiliaria	56	31	3	71	161
9 Servicios empresariales	90	74	9	232	405
10 Educación, sanidad y servicios sociales	27	33	0	38	98
11 Otros servicios: personales, ocio y cultura, deporte y sin esp.	44	36	6	53	139
Total	609	482	114	777	1.982

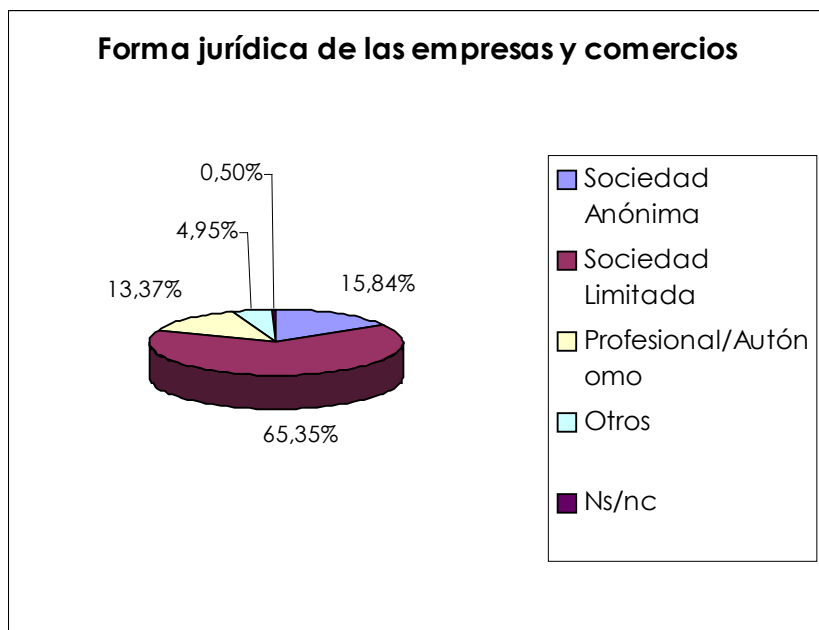
¹ Comprende la zona de las urbanizaciones del norte y noroeste del municipio y la urbanización Montepíncipe.

Distribución de establecimientos por sector de actividad y zona (distribución porcentual sobre total)					
	Casco Urbano	Sector B	Prado del Espino	Resto del municipio	Total
1 Industrias extractivas y manufactureras	1,61	1,11	2,02	2,72	7,47
2 Construcción e industrias anejas	3,33	1,56	0,30	4,29	9,49
3 Comercio al mayor e intermediarios de comercio	1,16	1,87	1,36	3,78	8,17
4 Comercio al menor y reparaciones	8,27	6,16	0,81	5,10	20,33
5 Hostelería	2,67	2,83	0,05	1,41	6,96
6 Transporte y comunicaciones	1,51	0,96	0,30	1,46	4,24
7 Banca, intermediación financiera y seguros	1,21	1,06	0,00	0,55	2,83
8 Promoción inmobiliaria y servicios de la propiedad inmobiliaria	2,83	1,56	0,15	3,58	8,12
9 Servicios empresariales	4,54	3,73	0,45	11,71	20,43
10 Educación, sanidad y servicios sociales	1,36	1,66	0,00	1,92	4,94
11 Otros servicios: personales, ocio y cultura, deporte y sin esp.	2,22	1,82	0,30	2,67	7,01
Total	30,73	24,32	5,75	39,20	100

1.2. Características de las empresas y del establecimiento de Boadilla del Monte

1.2.1. Forma jurídica de las empresas

Entre las empresas del municipio se identifican todo tipo de formas jurídicas. La fórmula más común es la sociedad limitada (65,35%), un 15,84% de empresas son sociedades anónimas y un 13,37% de las empresas encuestadas están regentadas por un autónomo. Son pocas las empresas que operan bajo otras formas jurídicas (4,95%), entre las que se encuentran asociaciones, comunidades de bienes y fundaciones.



Por razón del diseño del proyecto todas las empresas encuestadas son privadas, ya que se excluyeron *a priori* las empresas y servicios públicos del municipio.

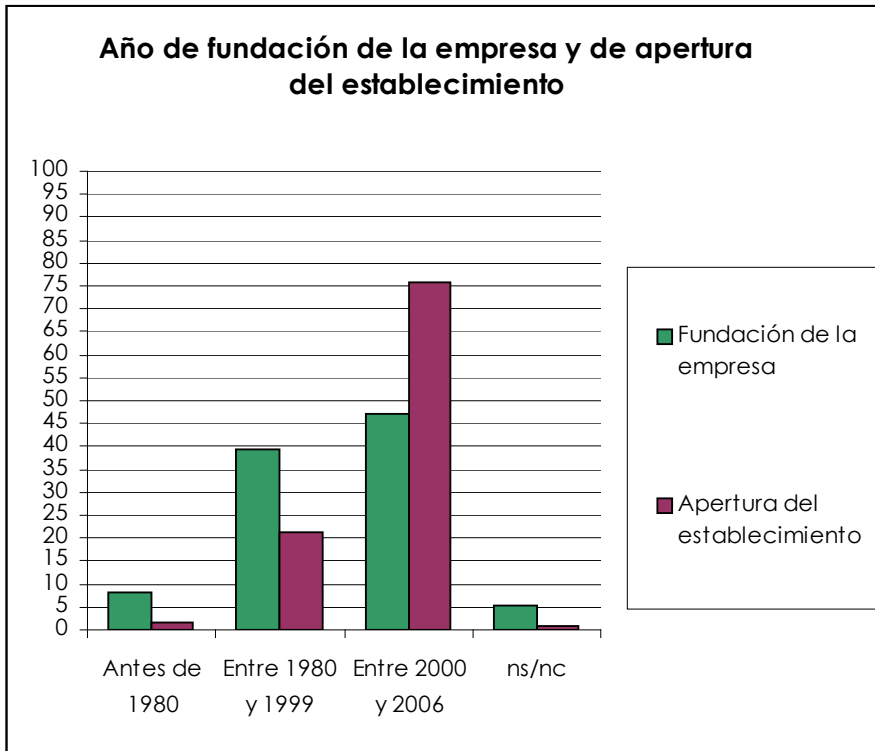
1.2.2. Fundación de la empresa e implantación del establecimiento en el municipio

Las empresas son muy jóvenes, como cabe esperar en un municipio con un desarrollo urbano tan reciente. Y aún son más jóvenes los establecimientos que las empresas han implantado en Boadilla del Monte, debido a que el municipio ha ejercido una considerable atracción como foco de localización de nuevos establecimientos de empresas preexistentes –éste es el caso de los establecimientos abiertos por cadenas comerciales, entidades financieras, etc-.

	Año de fundación de la empresa	Año de fundación del establecimiento de Boadilla del Monte
	% verticales	
Antes de 1980	8,00	1,50
Entre 1980 y 1999	39,50	21,50
Entre 2000 y 2006	47,00	76,00
ns/nc	5,50	1,00

El 76% de los establecimientos encuestados se han implantado entre los años 2000 y 2006 y el 21,50% se abrieron en las dos últimas décadas del siglo XX. Sólo un 1,50% de los establecimientos son anteriores a 1980.

Pero si consideramos el año de creación de las empresas de las que dependen dichos establecimientos, encontramos que el 47% de las empresas del municipio se constituyeron entre los años 2000 y 2006, el 39,50% se constituyeron en las dos últimas décadas del siglo XX y sólo un 8% de las empresas fueron creadas antes de 1980.



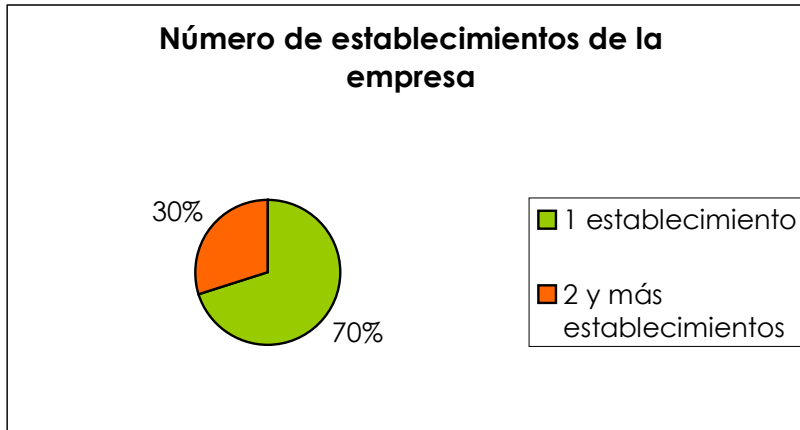
La mitad de las empresas (51,50%) se han creado en fecha diferente a la de la implantación del establecimiento en Boadilla del Monte.

El desarrollo urbano y económico del municipio ha funcionado como foco de atracción de nuevas empresas; por una parte se han producido traslados de empresas desde otros municipios, por otra parte, se han abierto nuevos establecimientos vinculados a empresas creadas en otros ámbitos y, además, se ha producido un desarrollo de nuevas iniciativas empresariales que se han localizado, desde su inicio, en el municipio, vinculadas en parte a iniciativas de empresarios boadillenses.

Comparación entre la fecha de creación de la empresa y la fecha de apertura del establecimiento de Boadilla del Monte	
	%
En el mismo año	42,50
En distinto año	51,50
ns/nc	6,00

1.2.3. Número de establecimientos de la empresa

La mayoría de las empresas (70%) sólo cuenta con un establecimiento productivo; las demás empresas encuestadas (30%) disponen de más de un establecimiento en España.



1.2.4. Localización de la sede central²

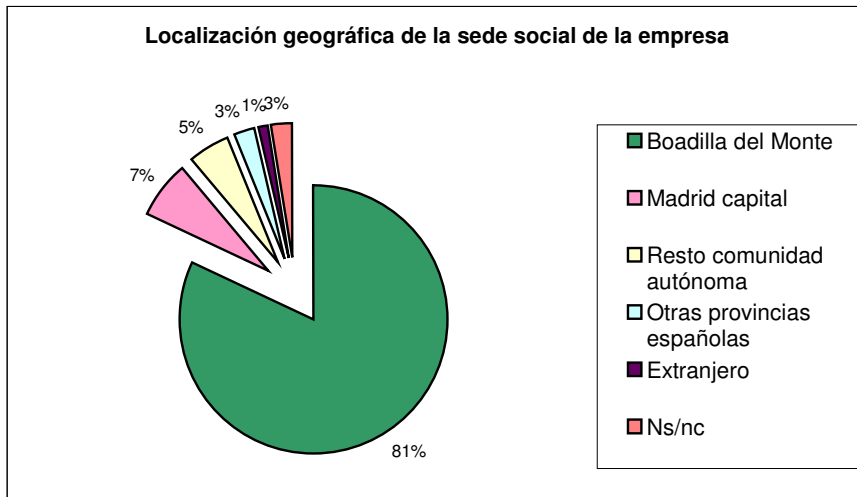
La gran mayoría de las empresas (94%) tienen su sede en la Comunidad de Madrid; el 82% tienen su sede central en Boadilla del Monte, el 7% en el municipio de Madrid y el 5% en otros municipios de la región.

Sólo un 2,50% tiene su sede central en otras provincias españolas y un testimonial 1% tiene su sede central en el extranjero.

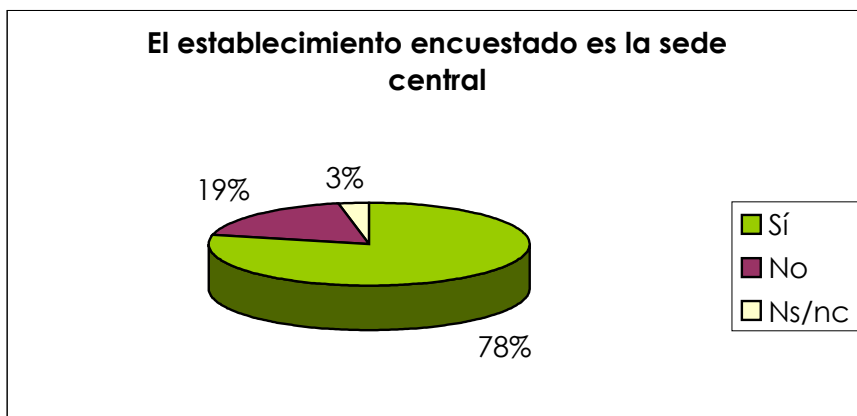
Localización de la sede central	% verticales
Boadilla del Monte	82,00
Madrid capital	7,00
Resto comunidad autónoma	5,00
Otras provincias españolas	2,50
Extranjero	1,00
Ns/nc	2,50

La mayoría de los establecimientos (78,50%) son, a su vez, la sede central de la empresa, como cabe esperar al tratarse de un tejido empresarial en el que la mayoría de las empresas sólo disponen de un establecimiento.

² Las diferencias mínimas que se observan entre cuadros y gráficos de la misma respuesta obedecen al formato de redondeo que utiliza el programa informático EXCEL en cada uno de los casos.



La diferencia entre empresas que tienen su sede central en Boadilla del Monte y establecimientos encuestados que son a su vez sede central, obedece a que una parte de las empresas cuenta con más de un establecimiento en el municipio, desde empresas con más de un establecimiento, como bancos o comercios, a otro tipo de empresas, que cuentan con locales de diversa índole para el desarrollo de su negocio -almacenes, oficinas repartidas por el municipio, etc.-



1.2.5. Entramado empresarial de Boadilla del Monte

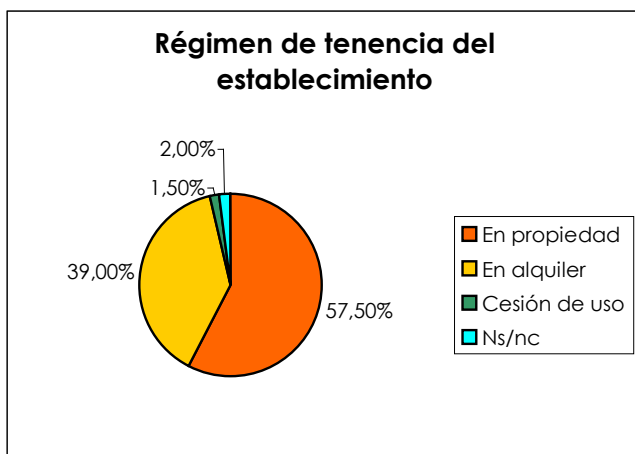
A primera vista el tejido empresarial y comercial no presenta un aspecto complejo, desde el punto de vista de las interrelaciones con otras empresas; el 12% de las empresas pertenece a un grupo empresarial; el 10% de los establecimientos funciona en régimen de franquicia y sólo un 2% pertenece a algún grupo de compras.

Interrelaciones de las empresas con el tejido empresarial	%
Pertenece a un grupo de empresas	12,00
Establecimiento en régimen de franquicia	10,00
Pertenece a un grupo de compras	2,00

1.2.6. Régimen de tenencia de los establecimientos y características de los mismos

Régimen de tenencia

Algo más de la mitad de los negocios están en locales en régimen de propiedad (57,50%), algo más de un tercio están en alquiler (39%) y un testimonial 1,5% de las empresas disfrutaban de un local en régimen de cesión de uso.



Las empresas que son propietarias de los locales donde se ubican se reparten casi a partes iguales entre quienes lo han pagado totalmente (44,16%) y quienes todavía están haciendo frente a la inversión (40,26%). Esto supone – sobre el total de empresas encuestadas- que el 15,50% de las empresas tenía en el momento de realizar el trabajo de campo deudas pendientes a cuenta del pago del inmueble donde se ubica su negocio. El 17,50% de las empresas están localizadas en establecimientos en propiedad que ya se han pagado en su totalidad, por lo que no necesita incurrir en otros gastos que los de mantenimiento por el disfrute del local donde tiene el negocio.

¿Está totalmente pagado el local?	% (N = 78)
Sí	44,16
No	40,26
Ns/nc	15,58

Superficie del establecimiento

Las empresas están ubicadas en todo tipo de edificaciones; las hay situadas en edificios exclusivos, en viviendas, en locales comerciales situados en bajos comerciales, en ejes comerciales, en centros comerciales y en el polígono industrial Prado del Espino.

Un 4% de las empresas de la muestra están ubicadas en grandes fincas y desarrollan actividades que requieren grandes espacios para producir sus bienes y servicios (centros de ocio y deporte, centros escolares y espacios de producción con uso extensivo del terreno). Esas empresas suponen el 93% de la superficie total dedicada a usos empresariales.

La mayor parte de las empresas están situadas en establecimientos de tamaño reducido, como cabe esperar por la pequeña dimensión de la mayor parte de los negocios en términos de empleo; el 56% de los establecimientos tienen superficies entre 31 y 199 m²; un 12% de las empresas ocupan establecimientos de un máximo de 30 m²; y sólo un 9% ocupan establecimientos de más de 500 m².

Distribución de los establecimientos por superficie construida	%
En fincas con grandes superficies abiertas	4,00
9.000 - 1.000 m ²	5,00
999 - 500 m ²	4,00
499 - 200 m ²	16,50
199 - 100 m ²	25,50
99 - 31 m ²	30,50
Hasta 30 m ²	12,00
ns/nc	2,50

1.2.7. Clasificación de los establecimientos por sector de actividad y zona de localización

Las empresas encuestadas se distribuyen por todo el término municipal tal y como puede verse en el siguiente gráfico.

Distribución de las empresas del municipio por zona de localización	%
Casco antiguo	30,73
Sector B	24,32
Prado del Espino	5,75
Resto del municipio	39,20

Se observa que la mayor parte de las empresas se encuentran en la zona "resto del municipio". Como se ha señalado anteriormente en el apartado de la descripción del universo y selección de la muestra, esta cifra parece que se incrementa porque en esas localizaciones se dan de alta tanto profesionales liberales que ejercen su función en otros enclaves, como pequeñas y medianas empresas que tienen su sede fiscal en la residencia de uno de los

socios, pero dicha localización no supone, necesariamente, el desarrollo de una actividad económica en el propio municipio.

Las otras dos zonas con más actividades dadas de alta en IAE son el casco antiguo, con casi un tercio de las altas (30,73%), y el Sector B, con casi una cuarta parte de las altas (24,32%). Por número de empresas, la zona con menos altas es el Polígono Prado del Espino, con un 5,75% de las empresas del municipio, pero con un peso económico mucho más importante, por el tipo de empresas que se han localizado en el mismo –es la zona con mayor dimensión productiva en términos de empleo y dimensión económica-.

Respecto a la descripción de las empresas por actividad económica, la distribución es la siguiente:

Distribución de las empresas del municipio por sector de actividad económica (según muestra ejecutada)	%
1.- Industrias extractivas y manufactureras	7,50
2.- Construcción e industrias anejas	9,50
3.- Comercio al mayor e intermediarios de comercio	8,00
4.- Comercio al menor y reparaciones	20,00
5.- Hostelería	7,00
6.- Transporte y comunicaciones	5,50
7.- Banca, intermediación financiera y seguros	3,00
8.- Promoción inmobiliaria y servicios de la propiedad inmobiliaria	6,50
9.- Servicios empresariales	18,50
10.- Educación, sanidad y servicios sociales	7,00
11.- Otros servicios: personales, ocio y cultura, deporte y sin esp.	7,50

El sector de comercio al menor y reparaciones y el sector de servicios empresariales suponen, cada uno de ellos, la cuarta parte de las empresas del municipio y son los más numerosos.

A continuación, y a bastante distancia, aparecen los sectores de la construcción (9,49%) , comercio al mayor e intermediarios de comercio (8,17%) y servicios de la promoción inmobiliaria (8,12%). En este último, también se ha señalado su sobrevaloración, por mantenerse dadas de alta en el IAE empresas que no están necesariamente activas en estos momentos.

Con unos porcentajes muy parecidos aparecen los sectores de industrias extractivas y manufactureras (7,47%), hostelería (6,96%), educación, sanidad y servicios sociales (7,01%) y los servicios personales, ocio, cultura y deporte (7,01%).

Por último, los sectores con menos presencia empresarial en el municipio son los de transporte y comunicaciones (4,24%) y banca, intermediación financiera y seguros (2,83%).

1.2.8. Tamaño de las empresas por empleo y facturación

Tamaño de las empresas por empleo

Este estudio se centra en las empresas localizadas en todo el municipio, excluyendo – por definición – las empresas y servicios públicos y la Ciudad Financiera del Banco Santander (que incluye un conglomerado de empresas diversas).

Así mismo, los datos de empleo incluyen al empresario, en el caso de que trabaje habitualmente en la empresa.

Las empresas del municipio tienen un tamaño reducido: el 65% tienen menos como máximo cinco trabajadores y sólo el 6% de las empresas encuestadas supera los 50 trabajadores.

Esta atomización empresarial es común a las diferentes formas jurídicas, tal y como podemos observar a continuación:

Tamaño de empresa y forma jurídica							
% horizontales							
	1 persona	2 personas	3 personas	4 ó 5 personas	6 a 10 personas	11 a 49 personas	50 y más personas
Sociedad Anónima	6,67	16,67	6,67	13,33	20,00	20,00	16,67
Sociedad Limitada	9,85	18,18	16,67	17,42	18,94	15,91	3,03
Autónomo	33,33	29,63	7,41	18,52	11,11	0,00	0,00
Otros formas jurídicas	0,00	20,00	0,00	30,00	10,00	10,00	30,00
Ns/nc	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	0,00
Total	12,00	19,50	13,00	17,50	17,50	14,50	6,00

Como cabía esperar los establecimientos regentados por autónomos son de tamaño menor y bajo esta forma jurídica no existen empresas medianas ni grandes. No obstante, cabe destacar que más de un tercio de establecimientos regentados por autónomos (37,04%) tienen tres o más personas trabajando. En estos cuadros se observa que el tamaño y forma jurídica no correlacionan en una única dirección.

Forma jurídica y tamaño de empresa (% verticales)								
	1 persona	2 personas	3 personas	4/5 personas	6 a 10 perso- nas	11 a 49 perso- nas	50 y más personas	Total
Sociedad Anónima	8,33	12,82	7,69	11,43	17,14	20,69	41,67	15,00
Sociedad Limitada	54,17	61,54	84,62	65,71	71,43	72,41	33,33	66,00
Autónomo	37,50	20,51	7,69	14,29	8,57	0,00	0,00	13,50
Otros formas jurídicas	0,00	5,13	0,00	8,57	2,86	3,45	25,00	5,00
Ns/nc	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3,45	0,00	0,50
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tamaño de empresa por facturación

En línea con otros indicadores, estamos en presencia de empresas pequeñas, básicamente microempresas³, y cifras de facturación reducidas, en consonancia con su pequeño tamaño en función del empleo.

Facturación del último ejercicio fiscal	% verticales	
	% sobre total empresas	% sobre respuestas efectivas
Hasta 30.000 €	1,00	1,92
30.001 a 60.000 €	3,50	6,73
60.000 a 120.000 €	6,00	11,54
120.000 a 300.000 €	11,50	22,12
300.001 a 600.000 €	9,00	17,31
600.000 a 1.000.000 €	5,00	9,62
1 a 6.000.000 €	12,50	24,04
6 a 24.000.000 €	2,00	3,85
24 a 50.000.000 €	0,00	0,00
Más de 50.000.000 e	1,50	2,88
ns/nc	48,00	--
	N = 200	N = 96

Si nos atenemos a los datos que resultan sobre la base de las respuestas efectivas, nos encontramos con que el 8,65% de las empresas declara facturar menos de 60.000 €; y casi el 3% de las empresas declaró una facturación superior a 50.000.000 € en el último año fiscal.

El 11,54% de las empresas facturó entre 60.000 y 120.000 €, un 22,12% entre 120.000 y 300.000 €; un 17,31% factura entre 300.000 y 600.000 €; un 9,62% facturó entre 600.000 y 1.000.000 €; un 30,77% de las empresas facturó más de 1.000.000 € en el último ejercicio fiscal –destacando en ese grupo que el 2,88% facturó más de 50.000.000 €.

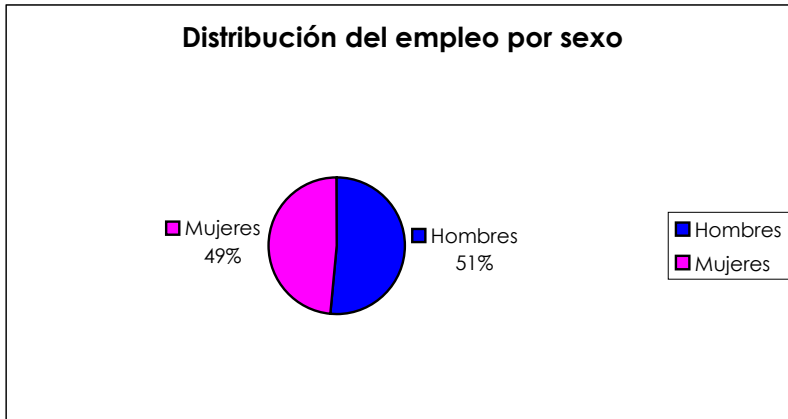
1.3. Análisis del empleo de los establecimientos

1.3.1. Empleo: características por sexo y edad

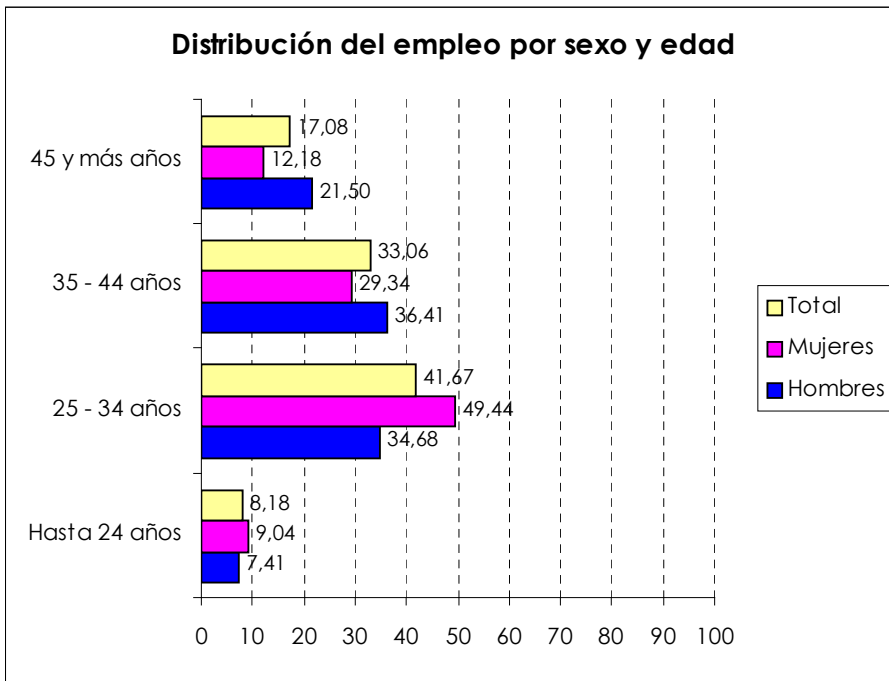
A la hora de analizar el empleo de las empresas localizadas en el municipio, destaca el equilibrio entre hombres y mujeres en el conjunto de las plantillas de

³ Las microempresas tienen menos de diez trabajadores en plantilla

las empresas y comercios; el 51,35% de los empleados son hombres y el 48,64% son mujeres.



La distribución del empleo por edad varía en función de la variable sexo. Las mujeres trabajadoras son, en conjunto, más jóvenes que los varones. En el intervalo más joven de edad (hasta 24 años) la proporción de hombres y mujeres es similar (7,41% y 9,04% respectivamente), lo que pone en evidencia que ambos grupos entran –en paralelo– en el mercado de trabajo,



El empleo femenino se concentra en el grupo de edad de 25 a 34 años – casi la mitad de las mujeres empleadas están en dicho intervalo (49,44%)-. Desciende abruptamente en los grupos de mayor edad, lo que refleja la presencia menor de mujeres en el mercado de trabajo por razones familiares y su menor incorporación al trabajo en el pasado reciente, tendencia que se

mantiene en el tiempo, como puede observarse al ver la baja tasa de participación femenina en el grupo de 45 años y más.⁴

Entre los hombres se observa que la mayor actividad se da en los dos intervalos de edad centrales y la salida del mercado de trabajo se produce de manera más suave que entre las mujeres.

Distribución de trabajadores por sexo y edad	% verticales		
	Hombres	Mujeres	Total
Hasta 24 años	7,41	9,04	8,18
25 - 34 años	34,68	49,44	41,67
35 - 44 años	36,41	29,34	33,06
45 y más años	21,50	12,18	17,08

Este desequilibrio en la proporción entre hombres y mujeres se hace igualmente evidente al observar la distribución de hombres y mujeres por grupos de edad, tal y como puede verse en el cuadro siguiente.

Distribución del empleo por sexo y edad	% horizontales	
	Hombres	Mujeres
Hasta 24 años	47,65	52,35
25 - 34 años	43,76	56,24
35 - 44 años	57,93	42,07
45 y + años	66,20	33,80
Total	52,60	47,40

1.3.2. Empleo: características por nivel de estudios y sexo

En conjunto la población empleada presenta un perfil educativo elevado; un 44,96% de los empleados tiene un título universitario (34,25% son licenciados universitarios y 10,71% son diplomados universitarios); un 14,41% han realizado estudios de formación profesional, un 14,87% disponen de estudios secundarios y 25,76% tienen estudios primarios.

Los hombres, en conjunto, tienen un nivel educativo ligeramente inferior al de las mujeres. La proporción de licenciados universitarios es equivalente en ambos grupos y disponen de una licenciatura universitaria el 35,47% de los hombres y el 33,16% de las mujeres. Así mismo es bastante similar la proporción de trabajadores con nivel de estudios secundarios (15,05% de los hombres y 14,70% de las mujeres). No obstante las mujeres destacan por la mayor

⁴ Es importante tener en cuenta que este proyecto versa sobre las características principales de las empresas y comercios y no sobre el empleo y el funcionamiento del mercado de trabajo. Obviamente, por ello, explicaciones de fenómenos de los que no disponemos información de primera mano en base a nuestro estudio.

proporción de diplomadas universitarias y estudios de formación profesional, lo que eleva su nivel educativo medio.

Con estudios primarios hay un 25,76% de empleados; tienen estudios primarios un 34,90% de los hombres y un 17,61% de las mujeres.

Este mayor nivel educativo de las mujeres se explica, en parte, por su mayor juventud.

Nivel de estudios y sexo de los trabajadores (% verticales)			
	Hombres	Mujeres	Total
Hasta Primarios	34,90	17,61	25,76
Secundarios	15,05	14,70	14,87
Formación Profesional	9,97	18,38	14,41
Diplomado Universitario	4,60	16,15	10,71
Licenciado Universitario	35,47	33,16	34,25

1.3.3. Empleo: características por tipo de contrato y dedicación

El empleo en Boadilla se caracteriza por ser mayoritariamente indefinido (84,43%) y a tiempo completo (88,76%).

Hombres y mujeres tienen contratos indefinidos en proporción equivalente ; 83,14% y 85,81% respectivamente de los hombres y mujeres están empleados con carácter indefinido.

En la dedicación sí que se observan diferencias entre hombres y mujeres; están empleados a tiempo parcial el 11,24% de los empleados, pero esta proporción es sólo del 7,58% entre los hombres y asciende al 15,14% en el caso de las mujeres.

Empleo según dedicación, tipo de contrato y sexo (% verticales)			
	Hombres	Mujeres	Total
Tiempo completo e indefinido	78,68	76,95	77,84
Tiempo completo y temporal	13,74	7,90	10,92
Tiempo parcial e indefinido	4,46	8,86	6,59
Tiempo parcial y temporal	3,12	6,29	4,65

1.3.4. Empleados residentes en Boadilla (Boadilla íntegra)

En el estudio se preguntó a las empresas si tenían trabajadores que fueran residentes en el municipio, una medida de gran interés para todos: para las empresas y para los trabajadores, como modo de facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral y, de interés común, como una forma más de reducir el impacto ambiental que supone el movimiento de trabajadores para acudir al trabajo, al mismo tiempo que se consolida el municipio como un enclave residencial y creador de empleo y riqueza.

De los datos del estudio se deduce que una quinta parte de los trabajadores de las empresas son residentes en el municipio, proporción que es algo superior entre las mujeres que entre los hombres.

La contratación de trabajadores residentes en el municipio está muy extendida; sólo poco más de un tercio de las empresas (38,50%) no tienen empleados residentes en Boadilla. Son, por lo tanto, mayoría las empresas que tienen, al menos, un empleado que es a su vez residente en el municipio.

Proporción de la plantilla que es residente en el municipio de Boadilla del Monte	% verticales
0%	38,50
Entre 1 y 25% de la plantilla reside en el municipio	19,00
Entre 26 - 50% de la plantilla reside en el municipio	24,00
50 % y más de la plantilla reside en el municipio	18,00
Ns/nc	0,50

1.3.5. Empleo de extranjeros

Una de cada tres empresas del municipio emplea extranjeros (33,5%) y casi dos de cada tres empresas (65%) no tienen empleados extranjeros en sus plantillas.

Las empresas que informaron sobre si disponían, o no, de extranjeros suponen el 65,16% del empleo cuantificado en la encuesta.

Empleo de extranjeros	% verticales
No tiene extranjeros empleados	65,00
Tiene extranjeros empleados	33,50
No contesta	1,50

Los extranjeros representan, sobre el total de las plantillas de las empresas que respondieron a dicha pregunta, el 16,34% de los empleados, sin diferencias apreciables entre el peso que hombres y mujeres extranjeros tienen en las plantillas (16,38% de los hombres empleados son extranjeros y el 16,29% de las mujeres empleadas son extranjeras).

Sobre el conjunto de extranjeros, la proporción de los hombres es algo superior a la de las mujeres (el 54,42% de los extranjeros contratados son hombres y 47,70% son mujeres).

El empleo extranjero se caracteriza por su concentración en determinadas empresas; sólo un tercio de las empresas emplean extranjeros pero en las empresas en las que hay extranjeros la proporción de los mismos es, en general, muy elevada tal y como podemos ver en el cuadro siguiente.

La mitad de las empresas que emplean extranjeros tienen más de un 25% de la plantilla de origen extranjero, un 18% de las empresas que emplean extranjeros tienen una plantilla en la que más del 50% de los trabajadores son extranjeros.

Proporción de extranjeros en la plantilla	% verticales
Base: empresas que tienen al menos 1 empleado extranjero	N = 67
Hasta un 25% de plantilla extranjera	49,25
Del 26 al 50% de la plantilla extranjera	32,84
51 a 75% de la plantilla extranjera	11,94
76 a 100% de la plantilla extranjera	5,97

Esta proporción de extranjeros se da en determinados sectores (hostelería y construcción entre otros). Esta tendencia de 'segregación y concentración' coincide con la información disponible sobre empleo de extranjeros en los estudios realizados por investigadores académicos en materia de mercado de empleo.

1.3.6. Procedimiento de selección de personal

Otro de los temas de estudio fueron los procedimientos de selección de personal utilizados por las empresas.

Como podemos ver en el cuadro siguiente, las empresas utilizan sistemas múltiples para seleccionar personal y en muchos casos facilitaron más de una respuesta y mencionaron varios métodos de selección preferente.

El 89% de las empresas respondieron a esta pregunta. Sobre la base de las empresas que respondieron, son mayoría (61,80%) las que utilizan, como método preferente de selección, los 'contactos personales' en línea con lo que ocurre, en general, en nuestro mercado de trabajo.

En torno a la cuarta parte de las empresas utilizan la bolsa de trabajo del Ayuntamiento de Boadilla (27,53%), los portales de empleo de Internet el 24,16%, y casi la quinta parte recurre a la colocación de carteles y recogida de *curricula* en el negocio (19,66%).

Otros métodos mencionados tienen una incidencia menor: 15,17% de las empresas recluta personal a través del INEM o de bolsas de empleo de otros ayuntamientos de la zona, 14,61% menciona anuncios en prensa, 16,18% recurre a universidades, colegios profesionales, asociaciones empresariales, escuelas de formación profesional y otros centros de estudios.

Sólo un 5,62% recurre a empresas de selección de personal y existe una variedad de empresas que utilizan distintos métodos no incluidos en las categorías anteriores (10,11%) - procesos de selección de las oficinas centrales a través de sus departamentos de recursos humanos y otros métodos sin especificar-. Un 12,36% de las empresas declinaron especificar los métodos utilizados.

Método de selección de personal (respuesta múltiple)	% verticales
Contactos personales	61,80
Bolsa del Ayuntamiento de Boadilla	27,53
Portales de empleo de Internet	24,16
Carteles y recogida de cv en el negocio	19,66
INEM y/o bolsas de empleo de otros ayuntamientos	15,17
Anuncio en prensa	14,61
Universidades, colegios profesionales y asociaciones empresariales	6,18
Empresa de selección de personal	5,62
Otros	10,11
ns/nc	11,00

1.3.7 Previsiones de contratación de trabajadores a corto o medio plazo

Aproximadamente la mitad de las empresas (47%) tienen previsto contratar más trabajadores a corto o medio plazo y la otra mitad (51,50%) no tiene previsto contratar más trabajadores a corto o medio plazo.

Previsión de contratar más empleados a corto o medio plazo	%
Sí	47,00
No	51,50
Ns/nc	1,50

1.3.8. Conciliación de la vida familiar y laboral

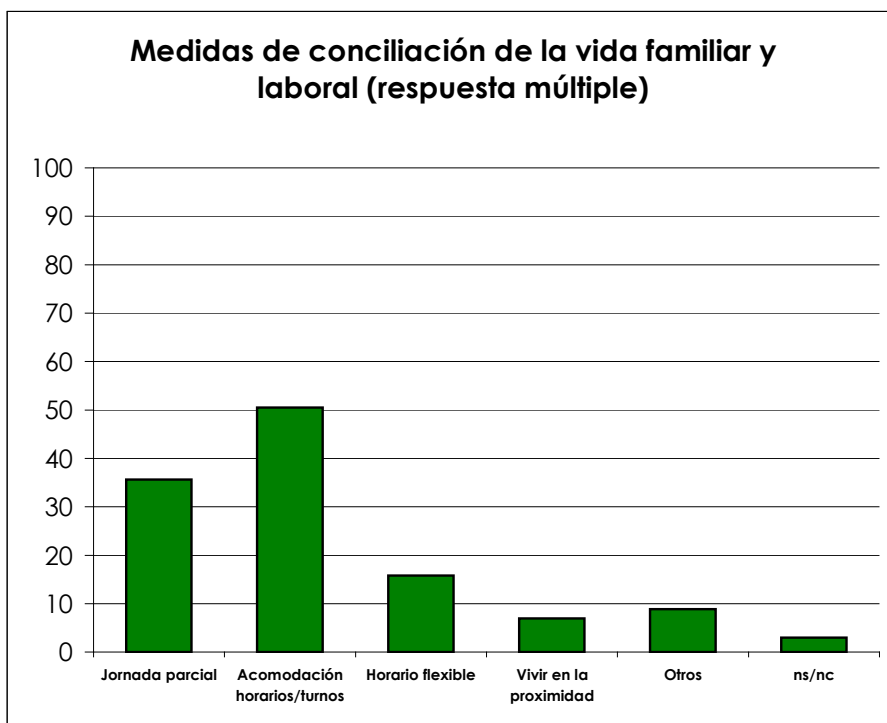
Pasamos a abordar el tema de la conciliación de la vida familiar y laboral en el seno de las empresas: las medidas adoptadas al respecto y el volumen de trabajadores que se pueden acoger a ellas.

Preguntados por si adoptan alguna medida para conciliar la vida familiar y laboral de los empleados, el 50,50% de las empresas respondieron afirmativamente y el 48% respondieron negativamente; sólo un 1,50% de las empresas declinaron responder.

¿Han adoptado alguna medida para conciliar la vida familiar y laboral de los empleados?	% verticales
Sí	50,50
No	48,00
Ns/nc	1,50

En algunas empresas las medidas adoptadas tienen carácter general (horarios acordados conjuntamente, horario flexible con carácter general, no abrir los sábados o cerrar los viernes por la tarde, etc.), en otros casos, las medidas tienen carácter puntual y se personalizan (posibilidad de jornada a tiempo parcial, acomodación de horarios o turnos, etc....)

La medida más utilizada es la acomodación de horarios y/o turnos de trabajo que aplican la mitad de las empresas que concilian. Le siguen en orden de importancia la posibilidad de trabajar en jornada a tiempo parcial (35,64%), el establecimiento de horario flexible (15,84%), optar por trabajadores que vivan en Boadilla del Monte y municipios próximos (6,93%). Por último un 8,91% de las empresas que concilian mencionan otras medidas entre las que figuran el trabajo por objetivos, el trabajo a domicilio en determinadas circunstancias, la no apertura del centro de trabajo en sábados o viernes por la tarde, etc.



Por lo que se refiere al horario flexible, es una medida que, en los casos en los que ocurre, afecta a todo el personal de la empresa y evidencia un modo de gestión dinámico y moderno que destaca sobre el resto del panorama.

En el caso de los que mencionan que buscan trabajadores que viven en Boadilla del Monte y municipios próximos, no puede considerarse que sea una medida de conciliación *sensu stricto*, pero conviene destacar su importancia y su consideración como aliciente para quienes busquen empleo en la zona en la que residen.

Medidas de conciliación de la vida familiar y laboral <i>(respuesta múltiple)</i>	% verticales N = 101
Acomodación de horarios y/o turnos de trabajo	50,50
Jornada a tiempo parcial	35,64
Horario flexible	15,84
Vivir en Boadilla o en la zona	6,93
Otras medidas	8,91
Ns/nc	2,97

Aunque no todas las empresas pudieron facilitarnos el dato de cuántos empleados concilian efectivamente, las que respondieron computan el 71,18% del empleo de nuestro estudio, de lo que se deduce que son las grandes empresas las que facilitan, de manera generalizada, medidas de conciliación.

Otra cuestión es cuántos trabajadores concilian efectivamente, puesto que la puesta en práctica de esas medidas depende, entre otras cosas, de las necesidades de conciliación de los propios trabajadores, en tanto no se desarrolle una cultura de conciliación generalizada.

En base a los datos disponibles, el 38,35% del empleo de nuestro universo toma medidas efectivas de conciliación de la vida familiar y laboral, algunas de carácter general y otras de carácter individual como se indicaba más arriba.

Por lo que se refiere a la proporción de plantilla que concilia, podemos tener una idea de la importancia de este fenómeno en el cuadro siguiente. Sobre la base de las empresas que concilian (que son la mitad de la muestra), en el 39,60% de los casos concilia toda la plantilla, y en los otros casos la conciliación afecta sólo a una parte de la plantilla – en casi el 45% de los casos concilia efectivamente menos de la mitad de la empresa-.

Proporción de empleados que efectivamente concilia	% verticales N = 101
Concilia toda la plantilla	39,60
Concilia entre el 51 y 99% de la plantilla	8,91
Concilia entre el 50 y el 26% de la plantilla	18,81
Concilia entre el 25 y el 1% de la plantilla	27,72
Ns/nc	4,95

La conciliación es un terreno abierto a la experimentación y es importante tener en cuenta que es muy reciente el debate público sobre este asunto y las implicaciones del mismo para la organización de las empresas.

Las empresas que no ofrecen medidas de conciliación son aproximadamente la mitad de las empresas del universo objeto de estudio pero sólo suponen el 28,82% del empleo del universo estudiado.

Entre quienes no concilian la principal razón esgrimida por dos tercios de las empresas es que 'no se ha planteado la necesidad' y sólo un 21,88% dicen

que se les ha planteado la necesidad, pero no han podido adoptar medidas de conciliación.

Razones por las que no "concilian" las empresas	% verticales N = 96
No se ha planteado la necesidad	67,71
Se ha planteado pero no han podido conciliar	21,88
Otras razones	4,17
Ns/nc	6,25



1.3.9. Perfil del empresario/entrevistado

En este apartado se recoge el perfil del entrevistado –edad, sexo, nivel de estudios y modo de acceso al puesto que desempeña, etc-. Estas características no son sinónimo del perfil empresarial, pero sí dan una idea del modelo de los responsables de las empresas, en la medida en que la mayoría de las encuestas fueron respondidas por dueños o directivos de las empresas encuestadas (67,50%).

Sexo y edad del entrevistado

En conjunto los entrevistados que son, en su mayoría, dueños y/o directivos o cargos de responsabilidad de las empresas, son bastante jóvenes; la mitad está entre 36 y 55 años. Los hombres entrevistados son ligeramente mayores que las mujeres entrevistadas.

Sexo y edad de los entrevistados	% verticales		
	Hombre	Mujer	Total
Hasta 25 años	1,90	3,16	2,50
26-35 años	31,43	41,05	36,00
36-55 años	53,33	46,32	50,00
56-64 años	7,62	9,47	8,50
65 + años	5,71	0,00	3,00

Hombres y mujeres encuestados presentan perfiles educativos ligeramente diferentes. Entre los hombres hay más licenciados universitarios, pero también hay más individuos que sólo tienen estudios primarios.

Entre las mujeres, las que tienen estudios secundarios, formación profesional y estudios de postgrado son más numerosas que entre los hombres.

Sexo y nivel de estudios del entrevistado			
	Hombre	Mujer	Total
Estudios primarios	16,19	11,58	14,00
Estudios secundarios	17,14	20,00	18,50
Formación profesional	5,71	10,53	8,00
Diplomado universitario	6,67	8,42	7,50
Licenciado universitario	17,14	10,53	14,00
Estudios de postgrado	0,95	4,21	2,00
ns/nc	0,00	1,05	0,50

El 39% de los entrevistados vive en el municipio, porcentaje que asciende al 51% entre los que son fundadores del negocio o trabajan en él porque es un negocio familiar. La relación entre empresa y domicilio se hace evidente con estos datos.

Domicilio del entrevistado	%
Vive en Boadilla	39,00
No vive en Boadilla	61,00

Son mayoría los entrevistados que son fundadores o están en el negocio porque es una empresa familiar (60,30%) – condición que se da más entre los hombres (68,93%) que entre las mujeres (51,58%)-.

Cabe destacar que, entre las mujeres, se entrevistó a un 41,05% que están en el cargo como consecuencia de un proceso de selección.

Encuestados según sexo y procedimiento de acceso al cargo			
	Hombres	Mujeres	Total
Fundador	54,37	36,84	45,73
Negocio familiar	14,56	14,74	14,57
Proceso de selección	22,33	41,05	31,16
Promoción interna	9,71	5,26	7,54
ns/nc	0,00	2,11	1,01

La mayor parte de los fundadores ejercen como directores de la empresa; entre quienes trabajan en la empresa porque es un negocio familiar, la mayoría desempeñan el puesto de directores (63,33%), pero hay cierta proporción de personas que trabajan en puestos de mando intermedio (20%) o sólo como empleados (13,33%).

Cargo desempeñado y procedimiento de acceso al puesto de trabajo						
Cargo desempeñado	Procedimiento de acceso al puesto de trabajo (% verticales)					
	Fundador	Negocio familiar	Proceso de selección	Promoción interna	ns/nc	Total
Director	98,90	63,33	19,35	13,33	0,00	61,50
Otros cargos directivos	1,10	3,33	6,45	46,67	50,00	7,00
Mando intermedio	0,00	20,00	48,39	40,00	50,00	21,50
Empleado	0,00	13,33	25,81	0,00	0,00	10,00

1.4. Análisis de la formación continua

1.4.1. Número y tipo de acciones formativas del último año

En el estudio se abordó extensamente el tema de la formación continua en las empresas con la realización de ocho preguntas, a fin de estudiar todas las cuestiones que esta importante cuestión plantea.

Algo más de la mitad de las empresas (54,50%) han realizado alguna acción formativa de sus trabajadores durante el último año.

¿Ha realizado su empresa o potenciado algún tipo de acción formativa de los empleados en el último año?	%
Sí	54,50
No	44,00
Ns/nc	1,50

Estas acciones suponen que el 39,74% de los trabajadores de las empresas encuestadas ha acometido, al menos, una acción formativa en el último año. De todas las personas que han recibido formación en el último año, el 53,20% de las personas formadas eran mujeres y el 46,8% eran hombres.

Porcentaje de empleados formados por sexo y sector sobre el total de personas formadas en el sector	% horizontales	
	Hombres	Mujeres
1. Industrias manufactureras y extractivas	43,01	56,99
2. Construcción e industrias anejas	93,64	6,36
3. Distribución al mayor	54,55	45,45
4. Comercio al por menor y reparaciones	35,48	64,52
5. Hostelería y restauración	53,45	46,55
6. Transporte y comunicaciones	14,29	85,71
7. Banca, seguros, intermediación financiera	35,29	64,71
8. Promoción y agencias de la propiedad inmobiliaria	44,00	56,00
9. Servicios empresariales	53,93	46,07
10. Educación, sanidad y servicios sociales	17,14	82,86
11. Servicios personales, ocio y cultura	39,71	60,29
Total	46,78	53,22

Las mujeres superan a los hombres en formación en algo más de seis puntos.

Esta situación pueden responder a varias razones, que van desde las características demográficas de la población trabajadora del municipio –la población femenina es más joven⁵-, a razones socio-culturales -mayor nivel formativo de partida de las mujeres empleadas-, y otras referidas al rol socio-económico tradicional diferencial entre sexos, que se traducen en una tendencia más acentuada hacia la formación profesional complementaria en las mujeres trabajadoras.

Las diferencias más significativas entre la formación femenina y la masculina se corresponden con el peso diferencial de cada uno de los sexos en los plantillas correspondientes. Estas diferencias se producen en el sector 2, sector 6 y sector 10 por ser los sectores donde la diferencia entre el número de mujeres y hombres empleados es mayor: en la construcción (sector 2) es mayoritariamente masculino, y el transporte y comunicaciones (sector 6), principalmente integrado en Boadilla del Monte por agencias de viajes, está mayoritariamente ocupado por mujeres, al igual que los sectores de educación y servicios sociales (sector 10).

Esta diferencia entre hombres y mujeres trabajadores se reduce a tres cuando se toma como base el total de trabajadores debido al menor número de mujeres presentes en el mercado laboral (48,64%).

⁵ Los datos de empleo con los cortes por edad, sexo y formación, a los que se hace referencia, se encuentran en el capítulo de "Empleo" del presente estudio.

Distribución del empleo por sexo en los diferentes sectores de actividad	% horizontales		
	Hombres	Mujeres	Total
1. Industrias manufactureras y extractivas	31,38	41,59	72,97
2. Construcción e industrias anejas	33,44	2,27	35,71
3. Distribución al mayor	17,82	14,85	32,67
4. Comercio al por menor y reparaciones	13,92	25,32	39,24
5. Hostelería y restauración	30,54	26,00	57,14
6. Transporte y comunicaciones	2,67	16,00	18,67
7. Banca, seguros, intermediación financiera	31,58	57,89	89,47
8. Promoción y agencias de la propiedad inmobiliaria	20,00	25,45	45,45
9. Servicios empresariales	23,88	20,40	44,28
10. Educación, sanidad y servicios sociales	6,29	30,42	36,71
11. Servicios personales, ocio y cultura	15,08	22,91	37,99
Total	18,59	21,15	39,74

El sector que lidera la formación continua es el de banca, intermediación financiera y seguros con el 89,47% de los empleados del sector que ha realizado acciones formativas en el último año. Este alto porcentaje obedece a la elevada frecuencia de lanzamiento de productos nuevos al mercado, que requieren de la formación de todos los empleados.

En segundo lugar el sector que forma más trabajadores es el de industrias extractivas y manufactureras, con un 72,97% de los empleados receptores de acciones formativas complementarias. La razón se encuentra en la presencia de empresas de elevado tamaño que destinan esfuerzos importantes a la formación continua de sus trabajadores.

En el sector de hostelería, el 57,14% de los trabajadores han realizado algún curso formativo, que se concreta en la obligatoriedad de realización del curso de "Manipulación de alimentos".

Por el contrario, el sector con menos formación es el de transporte y comunicaciones en el que sólo el 18,67% de los empleados ha realizado acciones formativas en el último año.

Con respecto a la cuantificación de las acciones formativas, observamos que el 44% de las empresas no han hecho formación, el 38,50% ha realizado un curso y el 16% ha realizado más de un curso formativo. El 1,50% de las empresas no facilitaron respuestas.

Número de cursos en el último año	%
1 Curso	38,50
2 Cursos o más	16,00
Ninguno	44,00
Ns/nc	1,50

Respecto al contenido de las acciones formativas, se obtuvieron los siguientes resultados. El conjunto de las empresas ha mencionado un total de 154 cursos diferentes. Un tercio de los cursos realizados son de carácter técnico – relacionados fundamentalmente con máquinas y productos nuevos-. Casi la quinta parte de los cursos están relacionados con normativa de todo tipo, área en la que tienen cabida cursos de capacitación y actualización de materia económica, laboral, fiscal, riesgos laborales, etc.

Los cursos de gestión suponen el 16,88% de los cursos realizados y engloban temas de atención a clientes, habilidades de trato y gestión, etc. Casi el 12% de los cursos corresponden al área informática, tanto cursos de implantación y aprendizaje de nuevos sistemas y aplicaciones informáticas “hechos a medida” para las empresas, como cursos de usuarios de aplicaciones informáticas estandarizadas. El 5,84% de los cursos corresponde a procesos de formación permanente que se concentran en sectores como banca y seguros, educación y servicios sociales y en el sector de servicios profesionales. Sólo un 2,60% de los cursos son de idiomas (fundamentalmente inglés).

Cursos realizados en el último año	% verticales (N = 154)
Cursos técnicos	33,77
Cursos de gestión	16,88
Informática	11,69
Normativa	19,48
Formación permanente	5,84
Formación inicial	2,60
Idiomas	2,60
Otros	4,55
Ns/nc	2,60

1.4.2. Procedimientos de formación

Preguntamos a las empresas que hacían formación qué procedimientos utilizaban para ello, por lo que esta pregunta fue realizada únicamente a aproximadamente la mitad de las empresas de la muestra (54,5%) que son las que han realizado formación en el último año. La respuesta es múltiple en muchos casos, pues las empresas utilizan ambos sistemas.

¿Cómo ha realizado esas acciones formativas?	% verticales respuesta múltiple N = 110
Formación interna	28,04
Empresa externa de formación	57,01
A través de una entidad pública	11,21
El proveedor del producto o servicio	8,41
Colegios profesionales, asociaciones empresariales	5,61
Otros	5,61
Ns/nc	0,93

El 28,04% de las empresas que realizan formación utilizan medios propios para formar a sus empleados. El 8,41% de las empresas han realizado cursos con el proveedor del producto o servicio, siendo ésta una fórmula habitual cuando se compran nuevas aplicaciones y cuando se sacan a la venta determinados productos de nueva implantación.

Algo más de la mitad de las empresas utiliza empresas externas de formación (57,01%).

El 11,21% de las empresas mencionan entidades públicas, de las que el 5,61% menciona cursos del Ayuntamiento de Boadilla del Monte y un 3,74% cursos de la Comunidad de Madrid. Un 5,61% de las empresas mencionan cursos impartidos por colegios profesionales y asociaciones empresariales.

1.4.3. Previsiones de formación laboral en el futuro

Además de investigar las acciones formativas realizadas, preguntamos por las necesidades de formación laboral en el futuro. Algo más de la mitad de las empresas consideran que sus empleados necesitan más formación, el resto considera que sus trabajadores no necesitaban más formación.

Necesidades de formación continua a futuro	%
Sí	53,50
No	46,00
Ns/nc	0,50

Así pues nos encontramos con que algo más de la mitad de las empresas han hecho formación en el último año y algo más de la mitad de las empresas considera que sigue teniendo necesidades formativas.

Del cruce de ambas variables obtenemos el siguiente panorama:

- Un 36,00% de las empresas que han hecho formación en el último año, creen que sus trabajadores siguen precisando formación complementaria.
- Un 17,50% de las empresas que no han hecho formación en el último año, creen que sus trabajadores necesitan formación complementaria.
- Un 17,50% de las empresas que han hecho formación en el último año, creen que sus trabajadores no necesitan más formación complementaria.
- Un 29% de las empresas que no han hecho formación en el último año, creen que sus trabajadores necesitan formación complementaria.

Tipo de cursos de formación complementaria que necesitan los empleados	% verticales (N= 170)
Cursos técnicos	37,65
Cursos de gestión	32,94
Informática	8,82
Normativa	5,88
Formación permanente	8,24
Idiomas	5,29
Otros	1,18
Ns/nc	0,00

El tipo de acciones formativas más demandadas en el futuro son cursos técnicos (37,65%) que hacen referencia, a cursos sobre nuevos productos y maquinaria, cursos de especialización sectorial y profesional y cursos de reciclaje y actualización.

A continuación, con el 32,94% de las respuestas, se encuentran los cursos de gestión, que engloban los siguientes temas: técnicas de venta y trato con clientes, procedimientos de calidad, dirección, gestión y administración de empresas, sobre todo referidas a novedades y actualizaciones y gestión de compras y nóminas.

A bastante distancia se encuentran los cursos de informática, mencionados en el 8,82% de los casos.

Un 8,24% de las menciones engloban en un único concepto todo tipo de cursos que tienen que ver con necesidades de formación permanente.

Comparando la formación realizada en el último año y las necesidades de futuro se observa una coincidencia en la importancia de los cursos técnicos, que son los más realizados y los más demandados a futuro.

En segundo lugar, como formación más realizada se situaban los temas relacionados con la normativa, área que queda, sin embargo, en sexto lugar en la lista de preferencias de las acciones formativas para el futuro con un 5,88% de las menciones.

Los cursos de gestión empresarial ocupaban el tercer lugar en la lista de cursos realizados con un 16,88% de las menciones, mientras que en la proyección de futuro suben considerablemente y son mencionados en un 32,94% de los casos.

En cuanto a la enseñanza de idiomas, aunque es mencionada por el 5,29% de los casos, cifra que casi duplica la de los cursos efectivamente realizados, cabe mencionar que es difícil de llevar a cabo en un programa de formación empresarial, que habitualmente se concentra en el tiempo y al que no se dedica una gran cantidad de horas.

A las empresas que tienen previsto acometer acciones formativas futuras para sus empleados, se les preguntó sobre la manera en que llevarían a cabo dicha formación.

¿Cómo tienen previsto acometer dicha formación?	% verticales respuesta múltiple N = 107
Formación interna en la empresa / franquicia	30,84
Formación externa	46,73
El proveedor de máquinas o servicios	4,67
Otros medios	2,80
No está decidido	11,21
No van a hacer nada	8,41
Ns/nc	2,80

Casi la mitad de las empresas (46,73%) tienen previsto utilizar medios externos para formar a sus empleados. Casi un tercio de las empresas (30,84%) tiene previsto utilizar medios propios. Un 4,67% tienen previsto acometer la formación con los proveedores de máquinas o servicios y productos. Esta es una cifra inferior a la de la formación efectivamente realizada pero en la medida en que la formación va aparejada a la compra del producto, servicio o lanzamiento de un nuevo producto, no puede preverse dicha formación anticipadamente.

En último lugar, y para terminar con el tema de las acciones formativas de las empresas, se investigó sobre la manera de incentivar a los trabajadores a formarse.

Se tomó como base, no sólo el número de empresas que contestaron que habían llevado a cabo algún tipo de acción formativa de sus empleados, sino también las que sin haberlo hecho, consideraban que sus trabajadores necesitaban alguna formación complementaria. Los resultados se resumen en el siguiente cuadro:

Modo de incentivar la formación de los empleados	% verticales respuesta múltiple N = 142
La formación se hace en horario laboral	51,41
Pagan cursos fuera de la empresa	38,73
Dan facilidades de tiempo o de horario	14,08
Tienen en cuenta la formación a efectos de promoción interna	6,34
Otros	4,93
Nada	6,34
Ns/nc	2,11

El 86,60% de las empresas incentivan de alguna manera a sus trabajadores para que se formen y sólo un 6,34% de las empresas dicen no hacer nada.

En el 51,41% de los casos, la formación se hace o se hará en horario laboral y en el 38,73% de los casos se pagan o se pagarán los cursos en una empresa de formación externa.

Sin embargo, parece que se tiene poco en cuenta esta formación complementaria a efectos de promoción interna, pues sólo lo menciona un 6,34% de las empresas.

1.5.Aspectos funcionales y organizativos de las empresas

1.5.1. Gestión empresarial

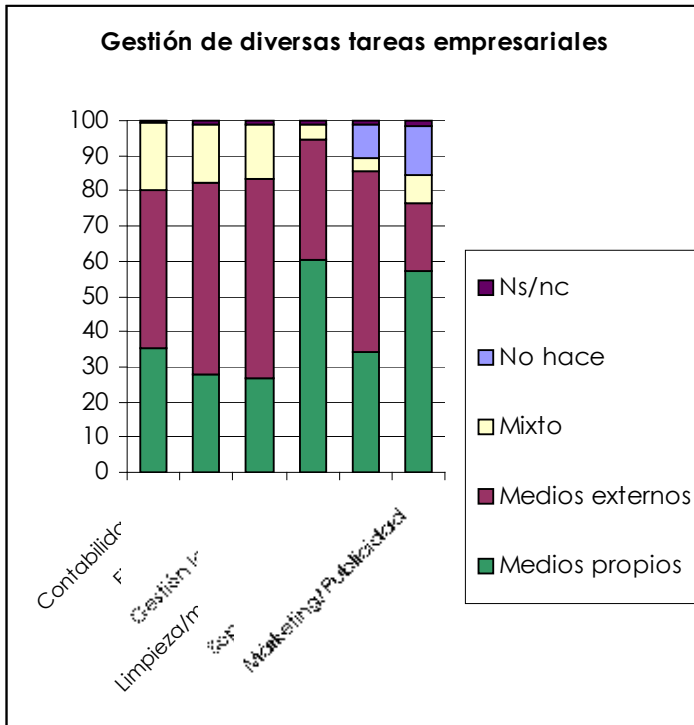
Nos interesamos por conocer las características de la gestión empresarial de los establecimientos del municipio. Preguntamos por el modo de desempeñar las tareas básicas del funcionamiento empresarial – gestión fiscal, contable, laboral, soporte informático y publicidad-, y en que medida estas tareas se realizaban con medios internos o externos de las empresas.

Las tareas que se realizan más con medios externos son la contabilidad(44,50%), la fiscalidad (54,50%), la gestión laboral (56,50%), y el soporte informático (51,07%).

Por el contrario, las tareas que más a menudo se hacen con medios propios son la limpieza y mantenimiento del establecimiento (60,50%) y el marketing y publicidad (57%).

Encontramos que un 9,87% de las empresas no realizan ningún tipo de soporte informático, cifra que casi coincide con la de empresas que no disponen de ordenador (8,37%).

Un 14% de las empresas no hacen ningún tipo de marketing o publicidad.



En todas los casos hay una proporción de las empresas que utilizan un método mixto entre medios propios y externos.

Medios utilizados para la gestión de determinadas tareas empresariales					
	Medios propios	Medios externos	Mixto	No hace	Ns/nc
Contabilidad	35,50	44,50	19,50	0,00	0,50
Fiscalidad	28,00	54,50	16,50	0,00	1,00
Gestión laboral	27,00	56,50	15,50	0,00	1,00
Limpieza/mantenimiento	60,50	34,00	4,50	0,00	1,00
Soporte informático	34,33	51,07	3,86	9,87	0,86
Marketing/Publicidad	57,00	19,50	8,00	14,00	1,50

Estos resultados parecen seguir la lógica de la contratación de "expertos" en las tareas que se consideran más técnicas o especializadas, que requieren de conocimientos que deben actualizarse frecuentemente, y que están más fiscalizadas y controladas por las autoridades competentes.

1.5.2. Equipamientos y servicios de las empresas

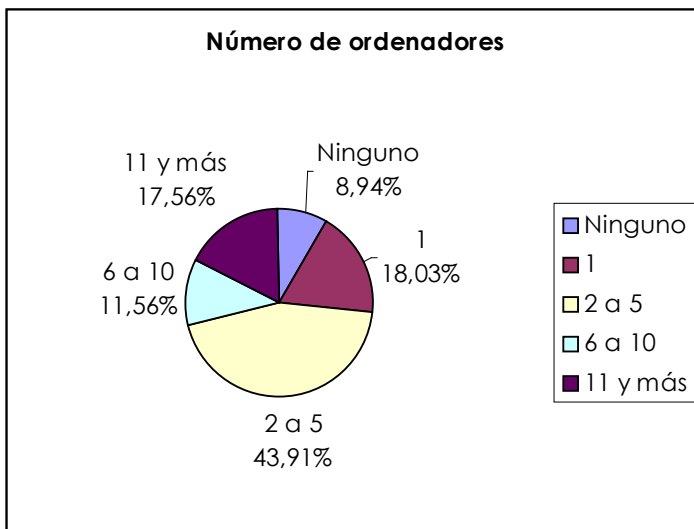
En este documento se aborda un estudio descriptivo de los equipamientos y uso de las nuevas tecnologías que hacen las empresas del municipio.

Como se puede ver en el cuadro siguiente el nivel de equipamiento es, en términos generales, elevado, aunque con diferencias según el tipo de equipamientos y tecnologías:

- El ordenador está implantado de manera generalizada. El 91,63% de las empresas dispone, al menos, de un ordenador y algo más de la mitad de las empresas (54,90%) dispone, además, de una red de área local para conectar los ordenadores de la empresa.
- El fax sigue siendo mayoritariamente utilizado por las empresas (85%).
- Internet y el correo electrónico han entrado de lleno en el mundo empresarial. Un 82% de las empresas dispone y utiliza Internet para trabajar, un 82,50% de las empresas utiliza el correo electrónico para su trabajo. Sin duda algunos se preguntarán cómo todavía hay en torno a un 18% de empresas que sobreviven sin utilizar Internet ni correo electrónico.
- La página web se ha convertido en una tarjeta de presentación básica de cualquier negocio: un 63% de las empresas dispone de página web y un 11,5% de las empresas estaba desarrollándola en el momento de realizar el trabajo de campo, por lo que a un año vista, cabe imaginar que disponer de una página web será una herramienta de presentación mayoritaria en el municipio.
- El 72% de las empresas utiliza aplicaciones de gestión integradas.
- El 61,50% de las empresas hace uso de la banca electrónica.
- Sólo un tercio de las empresas (37%) utiliza el comercio electrónico con clientes y/o proveedores.
- Un tercio de las empresas (32,50%) utiliza messenger como medio de comunicación entre sus trabajadores.
- Un 16% de las empresas dispone de alguna modalidad de Intranet.
- Un 6,50% de las empresas dispone de otras tecnologías (sobre todo, en empresas de servicios informáticos y empresas de comunicaciones).

Equipamiento, tecnologías y servicios de las empresas y comercios	%	
	Sí	No
Ordenador	91,63	9,00
Fax	85,00	15,00
Aplicaciones de gestión integradas	72,00	28,00
Internet	82,00	18,00
Correo electrónico	82,50	17,50
Banca electrónica	61,50	38,50
Conexión de banda ancha (o similar)	80,50	19,50
Red de área local	59,50	40,50
Comercio electrónico con clientes / proveedores	37,00	63,00
Messenger o mensajería instantánea	32,50	67,50
Página web de la empresa	63,00	37,00
Intranet	16,00	84,00
Otras tecnologías	6,50	93,50

Como mencionábamos antes, un 91,63% disponen al menos, de un ordenador e incluso más de dos tercios de las empresas disponen de más de uno.



El nivel de informatización es bastante elevado, tal y como puede observarse en el cuadro adjunto. Al elaborar un "índice de informatización" -el cociente del número de trabajadores entre el número de ordenadores-, se obtuvo que el 42% de las empresas reflejan un índice de informatización superior a 1.

Índice de informatización	%
índice 0	9,00
índice entre 0,01 y 0,99	48,00
índice 1	19,50
índice superior a 1,01	23,50

Página web

Como se ha señalado anteriormente, la página web se ha convertido en una carta de presentación y ha alcanzado un desarrollo considerable entre las empresas del municipio. Nos interesa ahora el tipo de página web que tienen las empresas, si se trata de una página informativa, de venta *online*, o interactiva con clientes y proveedores.

Todas las páginas webs desarrolladas hasta la fecha son informativas, pero son pocas las empresas que las utilizan, además, para venta *online* o para interactuar con clientes y proveedores. Estamos pues ante un fenómeno pendiente de desarrollo y en el que las empresas de Boadilla del Monte tienen por delante un largo recorrido. Evidentemente esto no es generalizable a todas las empresas, y tampoco todos los productos y servicios pueden facilitarse por Internet.

Un 37% de las empresas no dispone de página web pero un 11,5% de las empresas está desarrollándola en estos momentos. Sólo un 25,5% no tiene página web ni se plantea, por ahora, desarrollarla. El 41,50% de las empresas tiene una web sólo informativa y un 21,50% ofrece además de información otro tipo de servicios. La utiliza para venta *online* el 9% de las empresas, el 7,50% de las empresas ofrece en su página web información y otros servicios para sus clientes y proveedores y un 5% ofrece páginas web que son a la vez informativas, de venta *online* y con otros servicios añadidos⁶.

Disponibilidad y características de la página web	%
No tiene página web, ni la tiene en desarrollo	25,50
No tiene página web pero está desarrollándola actualmente	11,50
Web sólo informativa	41,50
Web informativa y de venta <i>online</i>	9,00
Web informativa y con otros servicios excepto venta	7,50
Web informativa, venta <i>online</i> y otros servicios	5,00

Equipamiento telefónico

El equipamiento telefónico de las empresas es bastante elevado; más de la mitad de las empresas disponen de más de una línea telefónica; el 40% dispone de una línea telefónica y sólo un 1,50% de los establecimientos no dispone de teléfono fijo.

⁶ Entre los servicios que pueden ofrecer las empresas están enviar currícula, solicitar información vía web, disponer de zonas de acceso restringido para determinados proveedores o clientes con contraseña, pedir citas, etc.

Número de líneas telefónicas fijas	%
0	1,50
1	40,00
2 a 5	47,50
6 y más	11,00

Evidentemente la carencia de teléfono fijo asociado a la actividad es, en este caso, testimonial pero indicativa de una tendencia que se aprecia también en determinados grupos de población donde se prescinde de la telefonía fija a favor de la telefonía móvil.

El desarrollo de nuevas tecnologías de comunicaciones y la ampliación de servicios que la telefonía móvil va a facilitar a los usuarios en los próximos años va a revolucionar el panorama de comunicaciones. En cualquier caso, las empresas sin teléfono que hemos localizado en el municipio corresponden a microempresas regentadas por un autónomo que prestan servicios de proximidad.

Como se puede observar en la siguiente tabla, la telefonía móvil es un pilar importante para el soporte de las comunicaciones de las empresas; un 31,50% de las empresas no tienen móviles de empresa pero dos tercios de las empresas utilizan móviles de empresa a disposición de algunos empleados.

Número de teléfonos móviles	% verticales
0	31,50
1	15,00
2 a 5	37,00
6 a 10	8,50
11 y más	7,00
ns/nc	1,00

El nivel de complejidad de las comunicaciones se pone en evidencia en el siguiente cuadro, en el que destaca que ya son un 11% las empresas que tienen un índice de telefonía móvil superior a 1.

Índice de teléfonos móviles por empleado	%
índice 0	31,50
índice 0,01 a 0,99	40,50
índice 1	16,00
índice 1,01 y +	11,00
no se puede estimar	1,00

Parque automovilístico de las empresas

El 57% de las empresas dispone, al menos, de 1 vehículo asociado a su actividad y un 42% de las empresas no dispone de ningún vehículo asociado a dicha actividad, sin perjuicio del uso que los empresarios y trabajadores puedan hacer de sus vehículos privados para asuntos empresariales (asunto que no era objeto de atención en este estudio).

Parque automovilístico de las empresas	%
Ninguno	42,00
1 vehículo	32,00
2 a 5 vehículos	18,50
6 y más vehículos	6,50
ns/nc	1,00

1.5.3. Horario laboral y apertura en festivos

Al investigar sobre el horario de apertura de las empresas preguntamos por la jornada tipo que hacían las empresas y los días de apertura.

La jornada más habitual es la partida (61%) que dispone de un intervalo variable para comer a mediodía.

Horario laboral. Tipo de jornada	%
Jornada intensiva	9,50
Jornada partida	61,00
Jornada continua	24,00
Jornada 24 horas	3,00
Jornada especial	2,50

Casi la cuarta parte de las empresas (24%) hacen jornada continua con una pausa breve para comer. Sólo un 9,5% de las empresas tienen jornada intensiva.

El 5,5% de las empresas tienen otro tipo de jornadas: existe un 3% de empresas que, por las características de sus productos o servicios tienen jornada de 24 horas con servicios de guardia. En este apartado, se incluyen tanto empresas tradicionales de servicios de urgencia, como empresas punteras tecnológicamente, que tienen que ofrecer servicio permanente a sus clientes. Por último, un porcentaje pequeño de empresas (2,50%) tienen jornadas especiales y en estos casos se trata, fundamentalmente, de profesionales liberales o pequeñas empresas que trabajan ajustándose a su demanda.

Horario laboral. Días laborables	%
Lunes a Viernes	30,00
Lunes a Viernes, excepto viernes tarde	17,50
Lunes a Sábado	9,00
Lunes a Sábado, excepto Sábado tarde	27,00
Lunes a Domingo	8,50
Otros horarios	8,00

Respecto a los horarios, el mayor porcentaje de empresas, con el 30,00% están abiertas al público de lunes a viernes, ya sea en horario de mañana y tarde o sólo en una de ellos. Le siguen, a poco más de dos puntos con el 27,00%, las empresas que abren de lunes a viernes (en horario de mañana y tarde o sólo en uno de ellos), y el sábado por la mañana, y ya a más diferencia, con el 17,50%, las que lo hacen de lunes a jueves en horario de mañana y tarde y el viernes sólo en horario de mañana.

El 9% de las empresas abren de lunes a sábado en horario de mañana y tarde.

El 8,50% abren todos los días de la semana, pero este porcentaje es mayor que el de las empresas que abren las 24 horas, porque en este apartado figuran las empresas que sólo abren unas horas, aunque de lunes a domingo.

Por último, un 8,00% no tienen una jornada tipo porque trabajan en función de la demanda.

Así mismo, un 4,5% de las empresas hacen turnos de guardia. Estas empresas se dedican a servicios de reparaciones de urgencia, urgencias sanitarias, farmacia, servicios de mantenimiento y emergencias en general.

Casi tres cuartas partes de las empresas del municipio (74,5%), no abren el sábado por la tarde, aunque este hecho tiene más relevancia en unos sectores que en otros, por ejemplo, en el sector de comercio al menor, se preguntó en todos los casos sobre las causas de este hecho. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Razones para no abrir los sábados por la tarde	%
Abren	22,50
No procede (por tipo de actividad)	41,00
No es rentable	26,50
Conciliación de la vida familiar y laboral	2,00
Descanso	7,00
Ns/NC	1,00

Sólo un 22,50% de las empresas afirmaron abrir los sábados por la tarde. Del 77,50% restante, en un 41,00% de los casos, los entrevistados contestaron que la cuestión no procedía dada la naturaleza de su empresa.

Un 26,50% adujeron que no abrían por no tener una afluencia suficiente de público y no compensarles económicamente.

Un 7% hicieron alusión a la necesidad de descanso del personal o a las condiciones de sus contratos para justificar mantenerse cerrados y, por último, el 2% mencionó la necesidad de conciliar la vida familiar y laboral como principal motivo para mantenerse cerrados.

Por último, se investigó la apertura de los establecimientos en domingos y festivos, obteniendo los siguientes datos.

Apertura en domingos y festivos	%
No abre ninguno	78,00
Abre todos los domingos y festivos	14,00
Abre todos los permitidos	3,00
Abre en la campaña de Navidad	5,00

Más de las tres cuartas partes de las empresas de Boadilla del Monte (78%) afirma no abrir ningún domingo o festivo durante el año, frente al 14% de los establecimientos que abren todos los festivos.

Por otro lado, existe un 5% de empresas que permanecen abiertos al público los domingos durante la campaña de Navidad. Por último, sólo un 3% de los establecimientos afirma abrir todos los festivos permitidos por ley que, dependiendo de los años, ronda los 15 festivos de apertura permitida.

Son importantes las diferencias observadas respecto a jornada y días laborales por sectores económicos, que se expresan en los siguientes cuadros.

Tipo de jornada laboral por sector de actividad												
	Sect.1	Sect.2	Sect.3	Sect.4	Sect.5	Sect.6	Sect.7	Sect.8	Sect.9	Sect.10	Sect.11	Total
Jornada intensiva	26,667	10,53	12,50	2,50	7,14	0,00	50,00	15,38	10,81	0,00	0,00	9,50
Jornada partida	46,667	73,68	68,75	82,50	28,57	63,64	50,00	84,62	62,16	50,00	20,00	61,00
Jornada continua	26,667	15,79	18,75	12,50	57,14	36,36	0,00	0,00	18,92	28,57	73,33	24,50
Jornada 24 horas	0,00	0,00	0,00	2,50	7,14	0,00	0,00	0,00	2,70	21,43	0,00	3,00
Jornada especial	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5,41	0,00	6,67	2,00

Sector 1: Industrias manufactureras y extractivas; Sector 2: Construcción e industrias anejas; Sector 3: Distribución al por mayor; Sector 4: Comercio al menor y reparaciones; Sector 5: Hostelería y Restauración; Sector 6: Comunicaciones; Sector 7: Banca, seguros e intermediación financiera; Sector 8: Promoción y agencias de la propiedad inmobiliaria; Sector 9: Servicios empresariales; Sector 10: Educación, sanidad y servicios sociales; Sector 11: Servicios personales, ocio y deporte

Excepto en los sectores de hostelería (sector 5) y el de servicios personales, deporte, ocio, cultura y otros (sector 11), todos los sectores adoptan mayoritariamente la jornada partida.

Especial es la incidencia en el sector de promoción inmobiliaria y servicios de la propiedad inmobiliaria (sector 8), y en el de comercio al menor y reparaciones (sector 4), donde supera el 80%. Esta situación responde a la necesidad de adaptarse a los horarios tradicionales de venta al público, de los que estos sectores son especialmente dependientes. También es importante señalar la existencia de un 12,50% de jornada continua en el sector de comercio al menor, que refleja la situación de las medianas superficies y algunos comercios dedicados a reparaciones.

En los ya mencionados sectores 5 y 11, la jornada mayoritaria es la continua, especialmente en el caso del ocio, deportes y cultura (sector 11), con un 73,33%, con lo que se intenta cubrir el mayor número de horas posibles, para dar opción a horarios de utilización alternativos a los tradicionales de atención al público, como la hora de la comida o a última horas de la tarde-noche.

En el sector hostelero (sector 5), además de la jornada continua, tradicional en este sector, con el 57,14%, tiene también un elevado peso la jornada partida con un 28,57%. Este dato refleja la situación de un tipo de establecimiento hostelero que trabaja en el horario de comidas y cenas, pero no en el intermedio entre ambas. Respondería más al concepto de "restaurante" que al de "bar", que mayoritariamente sí adopta una jornada continua.

Respecto a la jornada intensiva, sólo tiene importancia en el sector de banca, intermediación financiera y seguros (sector 7), con un 50%, y en una menor proporción, con el 26,67%, en el sector de industrias manufactureras (sector 1).

Respecto a la jornada de 24 horas, lógicamente tiene el valor más elevado con el 21,43%, en el sector 10, principalmente por el subsector sanidad. También tiene presencia en el sector 5, de Hostelería, con un 7,14%, por la actividad de los hoteles del municipio.

En el sector 9, de servicios empresariales, tiene una pequeña presencia, del 2,70%, debido a la actividad de empresas que necesitan cubrir diferencias horarias con otros países.

En el sector 4, de comercio al menor y reparaciones, también hay una pequeña presencia de este tipo de jornada, con el 2,50%, que se refiere a gasolineras, reparaciones 24 horas, etc.

Por último, respecto a la jornada especial, sólo se utiliza en el sector 9, de servicios empresariales, con un 5,41%, y en el sector 11, de servicios personales, deporte, ocio y otros, con un 6,67%. En ambos casos, se refiere a servicios ofrecidos, que por su naturaleza, en muchos casos no se suelen ofrecer en horarios y días laborales (conferencia, cursillos, seminarios..)

A continuación, nos planteamos la investigación sobre qué días abrían los establecimientos del municipio en función de las diferencias de los distintos sectores económicos. Los resultados se expresan en el siguiente cuadro.

Jornada de trabajo por sector de actividad (% verticales)												
	Sect.1	Sect.2	Sect.3	Sect.4	Sect.5	Sect.6	Sect.7	Sect.8	Sect.9	Sect.10	Sect.11	Total
Lunes a Viernes	53,33	36,84	56,25	2,50	7,14	54,55	50,00	7,69	54,05	35,71	13,33	31,50
Lunes a Jueves y Viernes mañana	26,67	47,37	25,00	0,00	0,00	9,09	0,00	15,38	32,43	0,00	6,67	16,50
Lunes a Sábado	0,00	0,00	0,00	27,50	28,57	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	13,33	8,50
Lunes a Viernes y Sábado mañana	20,00	15,79	18,75	52,50	0,00	36,36	50,00	69,23	5,41	35,71	20,00	28,00
Lunes a Domingo	0,00	0,00	0,00	15,00	50,00	0,00	0,00	7,69	0,00	28,57	13,33	10,00
Días especiales	0,00	0,00	0,00	2,50	14,29	0,00	0,00	0,00	8,11	0,00	33,33	5,50

Sector 1: Industrias manufactureras y extractivas; Sector 2: Construcción e industrias anejas; Sector 3: Distribución al por mayor; Sector 4: Comercio al menor y reparaciones; Sector 5: Hostelería y restauración; Sector 6: Comunicaciones; Sector 7: Banca, seguros e intermediación financiera; Sector 8: Promoción y agencias de la propiedad inmobiliaria; Sector 9: Servicios empresariales; Sector 10: Educación, sanidad y servicios sociales; Sector 11: Servicios personales, ocio y deporte

En los sectores 1 (industrias manufactureras), 2 (construcción), 3 (comercio al mayor), 6 (transporte y comunicaciones) y 9 (servicios empresariales), la mayoría de los establecimientos, en una proporción variable, mantienen su jornada laboral de lunes a viernes, abren o no el viernes tarde. La horquilla va desde el 63,64% del sector 6 al 86,46% del sector 9, superando el resto de sectores el 80%.

Respecto al viernes, el 16,50% de las empresas que trabajan de lunes a viernes, acaban su jornada a medio día, frente al 31,50% de las que trabajan los mismos días, pero que también permanecen trabajando el viernes por la tarde.

El sector de comercio menor (sector 4), mantiene abiertos sus establecimientos durante parte o la totalidad del fin de semana en un 97,5%, pero sólo un 52,5% abre los sábados por la mañana, y aún más, sólo el 27,50% lo hace durante el sábado por la tarde. Un 15% de los establecimientos permanece abierto el domingo, ya sea en horario sólo de mañana o de mañana y tarde.

En el sector de hostelería (sector 5), el 92,86% de los establecimientos mantienen su actividad durante parte o la totalidad del fin de semana, y sólo un 7,14% se mantienen cerrados durante el fin de semana, debido a que por su localización, no tienen demanda durante estos días.

El sector de la promoción y servicios inmobiliarios (sector 8), abre sus establecimientos el sábado por la mañana (69,23%), por tener una gran demanda, sin embargo, no les resulta rentable hacerlo los sábados por la tarde.

El sector de educación, sanidad y servicios sociales (sector 10), mantiene abiertos sus establecimientos en un 64,28% incluyendo la totalidad o parte del fin de semana. Aquí se incluyen, no sólo las actividades del subsector sanitario, sino también las actividades complementarias (ocio y deporte) del subsector educación.

El sector de servicios de deporte, ocio y cultura (sector 11), dadas las características de su oferta y demanda, mantiene un horario que incluye la totalidad o parte del fin de semana en un 79,99%. Por el mismo motivo se convierte en el sector económico que más variación presenta en sus días laborales.

El sector 7 mantiene un 50% de establecimientos con actividad de lunes a viernes y un 50% de los que lo hacen de lunes a sábado por la mañana. En el primer grupo estarían englobadas las oficinas de seguros, y en el segundo, la mayoría de las entidades bancarias y las oficinas de servicios financieros.

Se comprueba que sólo los sectores de comercio al menor (sector 4), de hostelería (sector 5) y servicios de deporte, ocio y cultura (sector 11), mencionan tener actividad durante el sábado tarde. En el caso de la hostelería y de los servicios de ocio, deporte y cultura, la razón ya se ha comentado y es evidente. Otro caso el del sector 4 de comercio al menor, que sólo reconoce abrir sus establecimientos en un 28,57% del total y según se ha comprobado en el análisis del cuadro 3, esta situación es debida a que consideran que no es rentable económicamente hacerlo.

Respecto a los establecimientos que mantienen su actividad de lunes a domingo (que engloba las dos últimas categorías del cuadro 6), representan el 15% del total de las empresas del municipio, y están encabezados por la hostelería con un 74,29%, tras ella, el sector de servicios personales, deporte, ocio y cultura, con el 46,66%, seguido del sector de educación, sanidad y servicios sociales, con un 28,57% y, por último, un 17,50% correspondiente a los comercios al menor del municipio.

El mayor porcentaje de días especiales, con un 33,33%, se ha encontrado en el sector 11, y refleja la realidad de los servicios de deporte, ocio y cultura que, por recibir la mayor demanda durante los fines de semana, no cierran sus establecimientos esos días, sino normalmente, el lunes. La misma razón es a la que responde el 2,50% del sector 4, de comercio al menor, especialmente en el subsector de alimentación.

Asimismo, el sector 5 de Hostelería, con un 14,29% , refleja la misma situación, además de incluir también la actividad de los hoteles.

También es significativo el 8,11% del sector 9 de servicios empresariales, por la necesidad de cubrir diferentes horarios de atención al público.

1.5.4. Proyectos de mejora e innovación empresarial

En este apartado se describe el grado de implicación de las empresas del municipio en proyectos que conlleven mejoras en su producción, gestión y funcionamiento y que, en general, implican una mejora en su rendimiento.

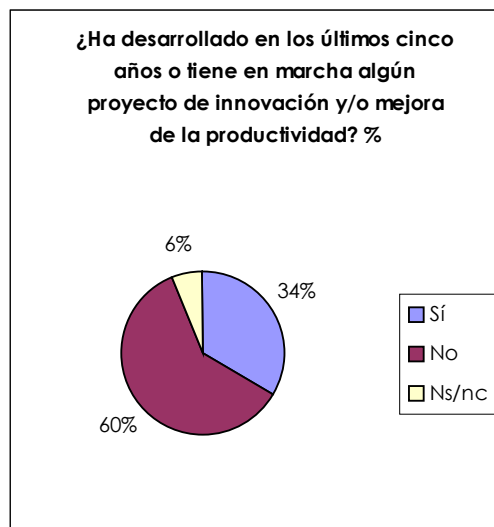
En general, los datos obtenidos indican que el porcentaje de empresas comprometidas con la puesta en marcha de proyectos de mejora empresarial roza el 40%. En los cuadros siguientes se analiza más detalladamente el tema.

¿Dedica parte de su presupuesto a proyectos de I+D o de innovación tecnológica de su negocio?	%
Sí	39,50
No	53,00
Ns/Nc	7,50

Al indagar si las empresas dedican parte de su presupuesto a proyectos de I+D o de innovación tecnológica, entendida en sentido amplio, se obtuvo una respuesta afirmativa en un 39,50% de los casos, frente al 53,00% de respuestas negativas. Una parte no cuantificada del 7,50% de las empresas que no contestaron o no sabían, habría que incluirlas en el apartado de respuestas negativas, pues manifestaron desconocimiento sobre los conceptos "I+D" o "innovación tecnológica", lo que automáticamente les imposibilita a ponerlos en práctica.

También se les interrogó sobre el porcentaje de presupuesto que dedicaban a esta tarea, pero la calidad de las respuestas obtenidas no permite cuantificarla, pues la inmensa mayoría de las empresas encuestadas contestaron que dedicaban una cantidad muy variable a esta partida, siempre en función de sus necesidades y posibilidades económicas.

¿Ha desarrollado en los últimos cinco años o está actualmente desarrollando algún proyecto de innovación y/o mejora de la productividad?	
Sí	33,50
No	60,50
Ns/nc	6,00



Los resultados obtenidos en el sondeo sobre la existencia de proyectos de innovación y/o mejora de la productividad son ligeramente peores, pues sólo el 33,50% de las empresas encuestadas contestó afirmativamente, mientras que el 60,50% lo hizo negativamente.

A diferencia de la pregunta anterior, se observó un prácticamente total grado de conocimiento del concepto "innovación y/o mejora de la productividad" y este hecho puede ser la causa de la disminución al 6,00% de los preguntas no saben contestar o no contestan, que refleja que saben de lo que se habla pero que no lo ponen en práctica.

Al estar los últimos dos temas tratados tan relacionados, se cruzaron las respuestas para observar el comportamiento conjunto de las empresas en ambos ámbitos. El resultado se resume en el siguiente cuadro.

Índice compuesto de inversiones en I+D y proyectos de mejoras de la productividad	%
Dedica parte del presupuesto y ha hecho algún proyecto	29,00
Dedica parte del presupuesto pero no ha hecho ningún proyecto	10,50
No dedica parte del presupuesto pero ha hecho un proyecto	4,50
Ni dedica presupuesto ni ha hecho ningún proyecto	48,00

Se constata que casi la mitad de las empresas no tiene ninguna actividad en los temas de mejoras productivas y tecnológicas (48%), frente al 29% de las empresas que por el contrario, realizan actividades en los dos sectores.

A las empresas que habían puesto en marcha algún proyecto de mejora de la productividad, que representan algo más de un tercio de las empresas del municipio, se les interrogó sobre si habían solicitado algún tipo de ayuda o subvención para llevarla a cabo. Sólo una cuarta parte (24,24%) de las empresas encuestadas afirmó haberla solicitado, frente a casi los dos tercios de empresas (62,12%) que los llevó a cabo por sus propios medios.

¿Ha solicitado alguna subvención a ayuda para dicho(s) proyectos? <i>(Base: los que han desarrollado un proyecto de innovación o mejora la productividad en los últimos años)</i>	% <i>N = 66</i>
Si	24,24
No	62,12
Ns/nc	13,64

A las empresas que no habían solicitado ninguna ayuda para la realización de sus proyectos de mejora (62,12%) se les preguntaron los motivos para no hacerlo y, como se observa en los resultados expresados en el siguiente

cuadro, existen varias razones, aunque el grado de desconocimiento sobre el tema es muy elevado.

¿Por qué no ha pedido subvenciones?	%
<i>Base: Han realizado un proyecto de innovación y no ha solicitado subvención</i>	<i>N = 41</i>
Por que la burocracia es excesiva	26,83
Por desconocimiento	9,76
La innovación es su trabajo	2,44
Se ocupa la central	7,32
Otras razones	14,63
Ns/nc	39,02

Una quinta parte de las empresas (26,83%) afirmaron que la burocracia para gestionar la ayuda era excesiva y no les compensaba, ni en tiempo, ni en recursos empleados para su solicitud. Sin embargo, el porcentaje más elevado, más de un tercio de las empresas (39,02%), no contestó o no supo especificar el motivo por el cual no se solicitó la ayuda. Así mismo, casi el 10% de las empresas manifestó desconocimiento sobre la existencia de las propias subvenciones y ayudas o sobre su proceso de solicitud. Un testimonial 2,44% de las empresas contestó que trabajaban en innovación y un 7,32% refirió que este tema se gestionaba desde su central. Por último, un 14,63% de las empresas alegó otro tipo de razones que iban desde afirmar que no las necesitaba, hasta que no existían subvenciones o ayudas para su actividad o tipo de empresa.

Respecto a las empresas que contestaron que habían solicitado algún tipo de ayuda o subvención para poner en marcha sus proyectos de mejora de la productividad, que eran una cuarta parte de las que habían acometido dichos proyectos, la situación es la siguiente: casi la mitad consiguieron beneficiarse de la ayuda a la que optaban, una cuarta parte se encontraban en trámites de solicitud, y a la otra cuarta parte, se la habían denegado.

Dentro del tema de las mejoras empresariales, nos pareció importante sondear el tema de los sistemas de calidad, que actualmente se encuentran tan en boga en el mundo empresarial.

En Boadilla del Monte es un tema que está despuntando, pues sólo una quinta parte de las empresas (21,00%) ha implantado procedimientos de sistemas de calidad y un escaso 6% afirman encontrarse en un proceso de implantación de dichos sistemas, frente a más de dos tercios de las empresas (69,50%) que no realizan ningún proceso de implantación de calidad y un pequeño 3,5% que no sabe o no contesta.

¿Tiene implantado algún sistema de calidad?	%
Sí	21,00
Está en fase de implantación	6,00
No	69,50
Ns/nc	3,50

Cuando se preguntó a las empresas que tenían implantado un sistema de calidad, sobre cuál era el que habían adoptado, se obtuvo que casi la mitad (48,84%) tenían un sistema estandarizado, aproximadamente un tercio (34,88%) utilizaban un sistema propio, y un 6,98% los dos tipos de sistemas. Casi un 10% de los encuestados no pudo o no supo responder esta cuestión, lo que supone un alto desconocimiento del tema, pues esta pregunta sólo se hizo en las empresas que afirmaban tener ya implantado algún sistema de calidad.

Sistema de calidad implantado	% N = 42
Normas estandarizadas	48,84
Sistema propio	34,88
Las dos	6,98
Ns/NC	9,30

1.5.5. Medidas de protección medioambiental

En el campo de la protección medioambiental, una clara mayoría de las empresas encuestadas (60,50%) afirmaron tener implantada alguna medida concreta. No obstante, más de un tercio de las empresas (38,50%) reconoce que no adoptan ninguna medida de protección medioambiental.

¿Tienen implantada alguna medida de protección medioambiental?	%
Sí	60,50
No	38,50
Ns/Nc	1,00

Es de destacar que se detecta que un 7,69% de las empresas que no adoptan ninguna medida de protección medioambiental, afirman no hacerlo porque no generan residuos, cuando esta situación no se da en la realidad, ni en el caso de actividades administrativas.

Cuando se pidió que identificaran las medidas de protección medioambiental, se obtuvieron los siguientes resultados.

Medidas de protección medioambiental adoptadas	%
Reciclan, separan residuos	81,67
Gestión externa de residuos	5,83
Siguen procedimientos normalizados	5,00
Otros	7,50

Con diferencia, la medida más comúnmente adoptada (75,38%) se refiere al reciclaje y separación de residuos en general, y en estas medidas se hace especial referencia al reciclaje de papel, cartón, tóner de las impresoras y

pilas. A continuación, con un 5,83% del total, se sitúa la gestión de residuos mediante una empresa externa y con porcentaje similar (5,00%), las empresas que siguen procedimientos normalizados, ya sea por procedimientos de sistemas de calidad, ya por normativas especiales vigentes.

Dentro del apartado "Otros" hay que hacer notar que se han obtenido varias respuestas que afirman utilizar un "punto limpio".

En este terreno sería interesante que, en los centros comerciales y de empresas, se estudiaran mecanismos de recogida selectiva de residuos y se potenciara el reciclaje.⁷

1.5.6.Evaluación y prevención de riesgos laborales

El 65% de las empresas afirmaron haber realizado, al menos, la evaluación inicial de prevención de riesgos laborales, un 20,50% de las empresas reconocían no haberla realizado y un 14,50% no quisieron o no pudieron responder por desconocimiento del asunto.

Conviene hacer notar que en bastantes empresas (fundamentalmente pequeñas empresas) esta parcela quedaba en manos de su gestor.

¿Ha realizado la evaluación inicial de prevención y riesgos laborales?	%
Sí	65,00
No	20,50
Ns/nc	14,50

1.5.7.Asociacionismo empresarial

Un 30,5% de las empresas son miembros de alguna asociación empresarial o comercial. Se trata, en la mayoría de los casos, de asociaciones de ámbito sectorial y fueron mínimos y testimoniales quienes mencionaron pertenecer a asociaciones de ámbito local.

Hasta donde hemos podido investigar, puesto que el objeto de este estudio no era el asociacionismo empresarial, hay tres asociaciones de comerciantes – dos de ámbito zonal y una que asocia a los comerciantes de un centro comercial-, por lo que son muchas las empresas que están localizadas fuera de dichos ámbitos y que, por lo tanto, no tienen cabida en las asociaciones de ámbito local existentes.

⁷ En varias empresas pequeñas mencionaron el problema de reciclar toner y papel debido a su pequeña dimensión. Sería interesante potenciar desde los centros de empresas (comerciales y asimilados) el estudio y puesta en marcha de medidas conjuntas de protección medioambiental.

¿Pertenece a alguna asociación empresarial o comercial?	%
Sí	30,50
No	61,00
Ns/nc	8,50

Como cabía esperar las razones que motivan el asociacionismo son variadas; algo más de la mitad de los empresarios (50,02%) mencionan “estar mejor informado sobre la marcha del sector” y casi la mitad (49,18%) menciona que la asociación les proporciona asesoramiento; algunos encuestados valoran el asociacionismo como un medio para facilitar las relaciones con las Administración (29,51%), y como un modo de facilitar el contacto con otros empresarios (22,95%)

Motivos para asociarse	%
Recibo asesoramiento	49,18
Estoy mejor informado sobre la marcha del sector	59,02
Facilita las relaciones con la Administración	29,51
Me ayuda a estar en contacto con otros empresarios	22,95
Ayuda a sacar adelante proyectos	16,39
Otras razones	21,31
ns/nc	9,84

Entre los que no están asociados las principales razones para no hacerlo son el desconocimiento de asociaciones de su interés (23,77%) y el no haberse planteado nunca la posibilidad de asociarse (20,49%).

Razones para no asociarse	%
No conoce ninguna	23,77
No la necesita	7,38
No las considera útiles	18,85
No tengo tiempo	12,30
Otras razones	3,28
No se lo ha planteado	20,49
ns/nc	23,77

1.6.Situación del negocio

1.6.1. Situación actual del negocio

Se sondeó la percepción de los empresarios y comerciantes del municipio sobre la situación actual de su negocio, para conocer su grado de pesimismo/optimismo. Los resultados se resumen en el cuadro siguiente:

Situación actual de su negocio	%
Expansión, claro crecimiento	42,00
Crecimiento estable	32,00
Mantenimiento, estabilidad, consolidación	6,50
Estancamiento	15,00
Retroceso	3,50
Liquidación/cierre	1,00

Se constata una clara percepción optimista sobre la situación actual de los negocios de Boadilla del Monte, pues un 42% de las empresas encuestadas afirmaron encontrarse en un claro proceso de expansión y crecimiento.

En esta misma línea de crecimiento, pero con un matiz menos dinámico se encuentran el 32% de las empresas encuestadas, que manifiestan encontrarse en un proceso de crecimiento, pero más estabilizado. De esta manera, el 74% de los negocios se definen en una situación de crecimiento.

Por el contrario, un 15% de las empresas se perciben de manera más negativa y dicen estar en situación de estancamiento: un 3,50% de los negocios están en situación de retroceso y el 1% se encontraban en situación de liquidación o proceso de cierre en el momento de realizar el trabajo de campo.

Se detecta, por tanto, casi una quinta parte de las empresas (19,50%) que manifiestan una posición pesimista respecto de la situación de su negocio.

Por último, un 6,50% de las empresas encuestadas parecen encontrarse en una situación intermedia entre las dos anteriores expuestas, pues afirman encontrarse en un proceso de estabilidad y mantenimiento, y aunque no perciben un claro crecimiento de sus negocios, sí creen que se están consolidando, por lo que se percibe un matiz más optimista que pesimista.

Al analizar el tema por sectores económicos, se obtuvieron los datos expresados en el siguiente cuadro, en el que a primera vista, se observa un posicionamiento hacia los extremos: se percibe que el negocio va claramente bien o claramente mal, porque el número de empresas con una situación intermedia es siempre el más pequeño en todos los sectores (en el cuadro estabilidad, consolidación).

Percepción sobre la marcha actual del negocio según sector económico de actividad												
	Sect. 1	Sect.2	Sect.3	Sect.4	Sect.5	Secti.6	Sect.7	Sect.8	Sect.9	Sect.10	Sect.11	Total
Expansión	26,67	63,16	50,00	22,50	21,43	45,45	66,67	30,77	59,46	50,00	40,00	42,00
Crecimiento Estable	40,00	26,32	18,75	42,50	35,71	18,18	16,67	15,38	29,73	42,86	40,00	32,00
Estabilidad consolidación	13,33	5,26	12,50	2,50	14,29	0,00	0,00	0,00	8,11	0,00	13,33	6,50
Estancamiento	20,00	5,26	18,75	20,00	21,43	36,36	16,67	38,46	2,70	0,00	6,67	15,00
Retroceso	0,00	0,00	0,00	12,50	0,00	0,00	0,00	7,69	0,00	7,14	0,00	3,50
Liquidación cierre	0,00	0,00	0,00	0,00	7,14	0,00	0,00	7,69	0,00	0,00	0,00	1,00

Sector 1: Industrias manufactureras y extractivas; Sector 2: Construcción e industrias anejas; Sector 3: Distribución al por mayor; Sector 4: Comercio al menor y reparaciones; Sector 5: Hostelería y restauración; Sector 6: Comunicaciones; Sector 7: Banca, seguros e intermediación financiera; Sector 8: Promoción y agencias de la propiedad inmobiliaria; Sector 9: Servicios empresariales; Sector 10: Educación, sanidad y servicios sociales; Sector 11: Servicios personales, ocio y deporte

Se observa que hay 6 sectores por encima de la media municipal (42%) en número de empresas en situación de expansión y crecimiento que son:

- el sector de banca, intermediación financiera y seguros (sector 7), con el 66,67% de sus empresas que afirman estar en esta situación,
- el sector de construcción (sector 2), con un 63,16% ,
- el sector de servicios empresariales (sector 9), con el 59,46% ,
- el sector de comercio al mayor (sector 3) con el 50%,
- el sector de educación, sanidad y servicios sociales (sector 10), con el 50%
- y, por último, el sector de transporte y comunicaciones (sector 6) con un 45,45% del total de sus empresas.

En estos sectores es mayoritaria la existencia de empresas con una situación económica de mejora del negocio.

Por el contrario, hay 5 sectores que tienen un número de empresas en expansión menor que el de la media municipal y son los siguientes:

- el sector de hostelería (sector 5), con el 21,43%
- el sector de comercio al menor (sector 4), con el 22,50%
- el sector de industrias manufactureras (sector 1), con el 26,67%
- el sector de promoción inmobiliaria (sector 8), con el 30,77%
- y por último, muy cerca de la media municipal, el sector de servicios personales, deporte, ocio y cultura (sector 11), con el 40%.

Esta situación se acentúa en los sectores del comercio al menor y de promoción inmobiliaria debido al hecho de tener 12,50% y un 7,69% respectivamente de empresas en situación de retroceso, muy por encima de la media municipal, que se sitúa en el 3,50%.

Sin embargo, en los sectores de industrias manufactureras y hostelería, las empresas se sitúan preferentemente en situación de estancamiento frente a la de retroceso, y ésto hace pensar en una mejor situación económica.

El sector del comercio al menor (sector 4) es, junto con el sector de promoción y servicios de la propiedad inmobiliaria (sector 8), el que presenta una situación más desfavorable.

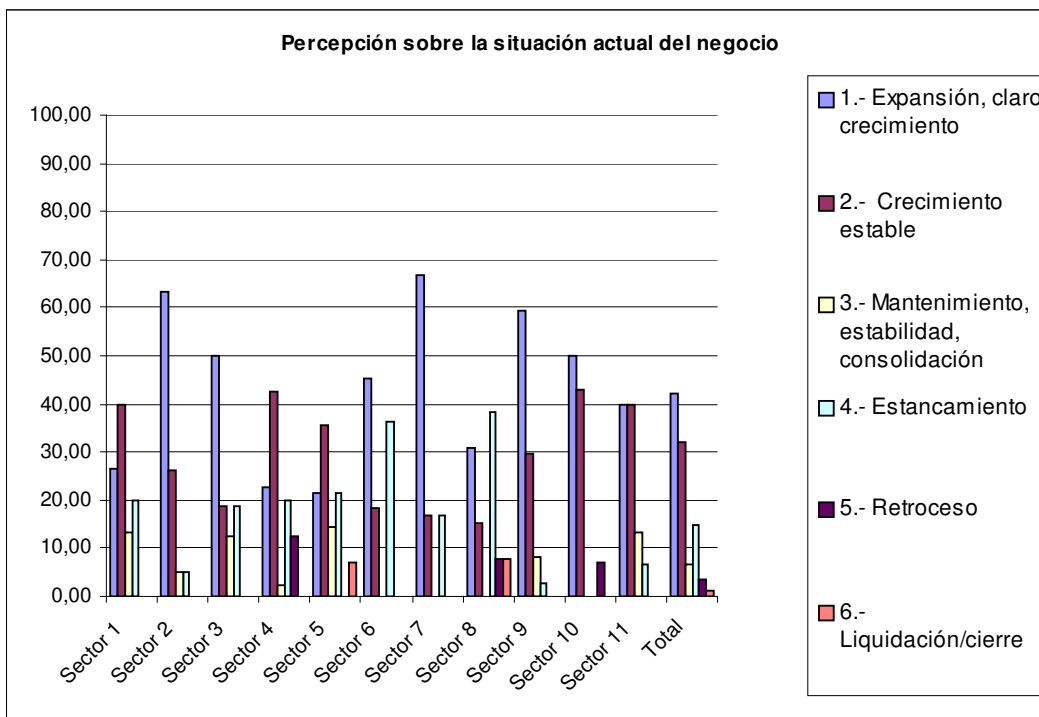
Casi un tercio de las empresas (el 32,50%), perciben sus negocios en situación negativa y tiene la mayor puntuación del municipio de empresas que se declaran en retroceso (12,50%).

Respecto al sector 11 (servicios personales, ocio y deporte), aunque presenta un media ligeramente inferior a la municipal en número de empresas en expansión, es un sector en claro crecimiento, tanto por el pequeño número de empresas que afirma estar en una situación negativa (el 6,67%), como por el gran número de las que, sino se consideran en expansión, sí afirman tener un desarrollo estable.

En nuestra muestra, sólo se encontraron empresas en situación de "cierre o liquidación" en los sectores de hostelería y servicios de la promoción inmobiliaria.

En el caso de la hostelería, la situación ha sido descrita por muchos informantes de asociaciones, prensa y del propio sector como características del mismo: es un sector que sufre una elevada rotación, los negocios se abren y cierran porque, en parte, se montan como prueba para ver si funcionan y, dependiendo de la marcha del negocio, se mantiene, se cierra o se traspasa.

En el caso de las promotoras y agencias de propiedad inmobiliaria la situación parece responder más a que el crecimiento más importante del municipio ya se ha realizado. Aunque Boadilla del Monte sigue creciendo y aunque haya nicho de mercado para la segunda mano y para la oferta de otros productos inmobiliarios, fuera del municipio el "boom" ha llegado a su fin y la oferta y demanda se han reducido en términos absolutos respecto a unos pocos años.



Sector 1: Industrias manufactureras y extractivas; Sector 2: Construcción e industrias anejas; Sector 3: Distribución al por mayor; Sector 4: Comercio al menor y reparaciones; Sector 5: Hostelería y restauración; Sector 6: Comunicaciones; Sector 7: Banca, seguros e intermediación financiera; Sector 8: Promoción y agencias de la propiedad inmobiliaria; Sector 9: Servicios empresariales; Sector 10: Educación, sanidad y servicios sociales; Sector 11: Servicios personales, ocio y deporte

1.6.2. Expectativas de negocio a corto y medio plazo

Además de la situación actual del negocio, se indagó en la percepción a corto y medio plazo con el fin de medir el grado de optimismo/pesimismo de las empresas.

Situación futura del negocio	%
Igual, mantenimiento, consolidación	27,45
Internacionalización	2,45
Cerrar/liquidar	1,96
Mejor, expansión, crecimiento, optimismo, positivo, ampliación, reinversión	51,47
Incierta, no sabe, ni idea	13,73
Peor, pesimista	2,94

Cuando se interrogó a las empresas acerca de sus previsiones sobre la situación del negocio en dos años, la polarización de opiniones al definir su situación actual, en el apartado anteriores, se suaviza, ya que aumenta, lógicamente, la incertidumbre ante el futuro (13,73%).

Con respecto a las previsiones a corto o medio plazo, un 51,47% de los negocios se declaran claramente optimistas ante el futuro, pues creen que sus empresas se encontrarán en un claro proceso de expansión y crecimiento a medio plazo. En el mismo sentido hay que entender la percepción del 2,45%

de las empresas que afirman que se encontrarán en un proceso de internacionalización, que implica una ampliación de negocio y una visión optimista de su futuro a medio plazo. De esta manera, más de la mitad de las empresas encuestadas, el 53,92% ven mejor su futuro a medio plazo.

Por el contrario, el 2,94% de las empresas son pesimistas sobre su situación a medio plazo y un 1,96% cree que habrá cerrado, lo que arroja un 4,9% de empresas que piensan que su situación va a ser peor que la actual en el plazo de uno o dos años.

Además, más de la cuarta parte de las empresas (27,45%) perciben su situación de futuro con pocas variaciones respecto a la actual – consideran que su situación estará consolidada y será igual en uno o dos años-.

Por último, un 13,73% de las empresas del municipio ven su futuro con incertidumbre en los próximos dos años, entendiendo esta incertidumbre como falta de datos sobre el mercado para hacer previsiones a medio plazo, y/o como incertidumbre ante el devenir de la economía general y cómo pueda afectarles la marcha general de la misma.

Por sectores económicos de actividad la situación es la siguiente:

Situación futura del negocio por sectores económicos (% verticales)												
	S. 1	S. 2	S. 3	S. 4	S. 5	S. 6	S. 7	S. 8	S. 9	S. 10	S. 11	Total
Igual, mantenimiento, consolidación	33,33	27,27	21,05	35,90	14,29	18,18	33,33	38,46	20,51	20,00	33,33	27,45
Internacionalización	0,00	0,00	10,53	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	7,69	0,00	0,00	2,45
Cerrar/liquidar	0,00	13,64	0,00	2,56	7,14	0,00	0,00	7,69	0,00	6,67	0,00	1,96
Mejor, expansión, crecimiento	53,33	40,91	42,11	43,59	71,43	63,64	66,67	38,46	56,41	53,33	46,67	51,47
Incierta	13,33	18,18	15,79	12,82	7,14	0,00	0,00	7,69	15,38	20,00	20,00	13,73
Peor, pesimista	0,00	0,00	4,55	7,69	0,00	18,18	0,00	7,69	0,00	0,00	0,00	2,94

Sector 1: Industrias extractivas y manufactureras; sector 2: construcción e industrias anejas; sector 3: comercio
Sector 4: comercio al menor y reparaciones; sector 5: hostelería; sector 6: comunicaciones, sector 7: banca, Intermediación financiera y seguros; sector 8: promoción y agencias de la propiedad inmobiliaria; sector 9: Servicios empresariales; sector 10: educación, sanidad y servicios sociales, sector 11: servicios personales, Cultura, ocio y deporte.

En todos los sectores económicos, el mayor porcentaje de empresas ve su futuro en situación de clara expansión y crecimiento, que se acentúa en los sectores de comercio al mayor (sector 3) y servicios empresariales (sector 9), por tener un porcentaje de empresas que prevén internacionalizarse.

De esta manera, se sitúan por encima de la media municipal en la situación de expansión y crecimiento, todos los sectores económicos, excepto el de construcción (sector 2), comercio al menor (sector 4), promoción y servicios inmobiliarios (sector 8) y ya más cerca de la media, los servicios personales, deporte, ocio y cultura. Pero incluso en estos últimos sectores, la situación no se puede calificar de negativa o de retroceso, porque en todos los casos, si se suman las empresas que se ven el futuro consolidado el porcentaje es siempre mayoritario.

Existe una cierta sensación de incertidumbre en todos los sectores económicos excepto en el de transporte y comunicaciones (sector 6) y el de banca, intermediación financiera y seguros (sector 7). Esta percepción se sitúa por encima de la media municipal en el sector de la construcción (sector 2), el de comercio al mayor (sector 3), el de promoción y servicios inmobiliarios (sector 9), el de educación, sanidad y servicios sociales (sector 10) y el de servicios personales, deporte, ocio y cultura (sector 11).

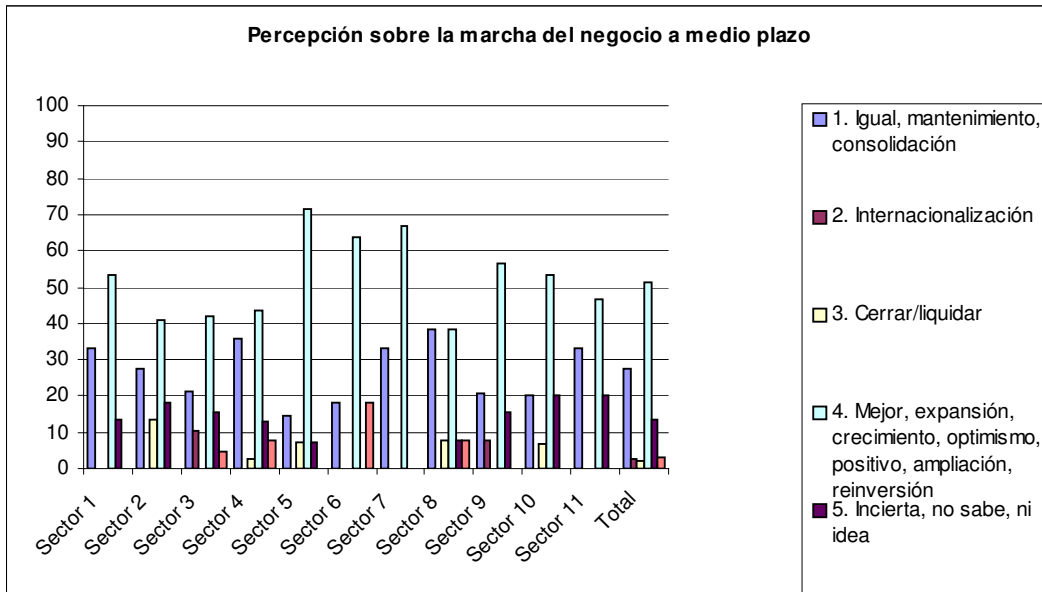
Por último, los sectores en los que se ha detectado presencia de empresas que se ven en un futuro próximo en una situación peor, y se definen claramente pesimistas, son el de comercio al mayor (sector 3), el de transporte y comunicaciones (sector 6), el de comercio al menor (sector 4) y el de propiedad y servicios inmobiliarios (sector 8). En estos dos últimos sectores, la situación empeora porque también se detecta presencia de empresas que barajan la posibilidad de cerrar o liquidar a corto o medio plazo.

Así mismo, en el sector de hostelería (sector 5), en el de construcción (sector 2) y en el de educación, sanidad y servicios sociales (sector 10) se encontraron empresas que contemplaban la posibilidad de cierre del negocio.

Tomando como base los datos del cuadro anterior, los sectores que ven su futuro inmediato con optimismo y en clara expansión son el de industrias extractivas y manufactureras (sector 1), el de hostelería (sector 5) el de banca, intermediación financiera y seguros (sector 7), el de servicios empresariales (sector 9) y el de servicios personales, deporte, ocio y cultura (sector 11).

Los sectores que perciben su situación futura más incierta y con menos expectativas de expansión son el de comercio al mayor (sector 3), el de transporte y comunicaciones (sector 6), el de promoción y servicios inmobiliarios (sector 8) y el de educación, sanidad y servicios sociales (sector 10).

Por último, los sectores más pesimistas, con mayor grado de incertidumbre, o con mayores perspectivas de cierre o liquidación de los negocios son el sector de la construcción (sector 2) y el de comercio al menor (sector 4).



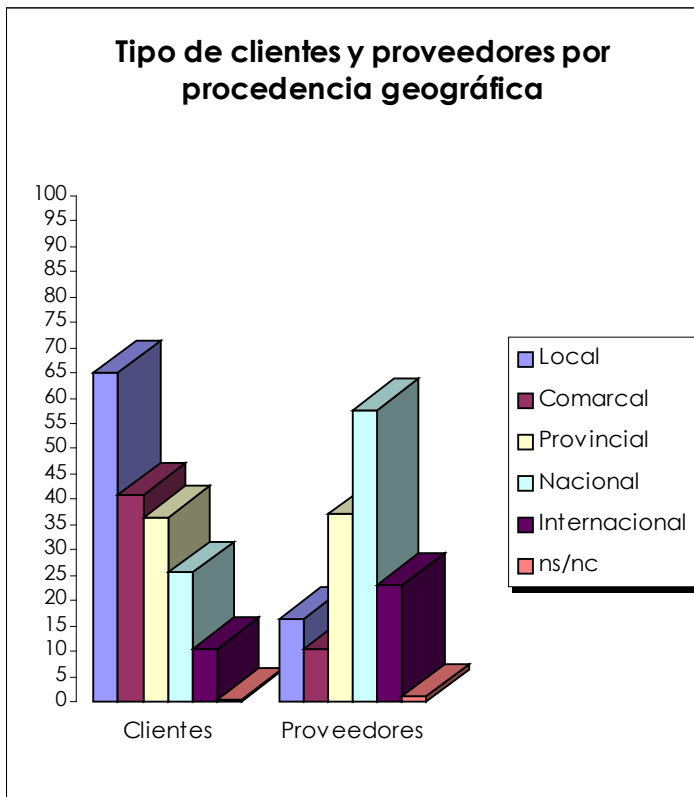
Sector 1: Industrias manufactureras y extractivas; Sector 2: Construcción e industrias anejas; Sector 3: Distribución al por mayor; Sector 4: Comercio al menor y reparaciones; Sector 5: Hostelería y restauración; Sector 6: Comunicaciones; Sector 7: Banca, seguros e intermediación financiera; Sector 8: Promoción y agencias de la propiedad inmobiliaria; Sector 9: Servicios empresariales; Sector 10: Educación, sanidad y servicios sociales; Sector 11: Servicios personales, ocio y deporte

1.6.3. Procedencia de clientes y proveedores

El mercado local es fundamental para las empresas del municipio; el 65% de las empresas y comercios tienen clientes locales; le siguen en orden de importancia el mercado comarcal (41%) y provincial (36,50%). Cabe reseñar que un porcentaje relativamente importante de las empresas tiene clientes en el mercado nacional (25,50%) y en el mercado internacional (10,50%).

Procedencia de clientes y proveedores		
	Clientes	Proveedores
Local	65,00	16,50
Comarcal	41,00	10,50
Provincial	36,50	37,00
Nacional	25,50	57,50
Internacional	10,50	23,00
ns/nc	0,50	1,00

Por lo que se refiere a proveedores, el papel del mercado local es, como cabía esperar, menos importante; si bien el 16,50% de las empresas dispone de proveedores locales, el resto de los proveedores procede de otros mercados; una tercera parte de las empresas (36,50%) utiliza proveedores provinciales, el 57% tiene proveedores nacionales y el 23% tiene proveedores internacionales.



2. INFORME CUALITATIVO.

DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS CENTROS COMERCIALES Y EL POLÍGONO INDUSTRIAL DE BOADILLA DEL MONTE.

En el municipio de Boadilla se identificaron los siguientes enclaves de uso intensivo comercial y/o empresarial:

- El Polígono Prado del Espino
- Centro Comercial Montepíncipe
- Ciudad Comercial Las Lomas
- Centro Comercial Las Lomas
- Centro Comercial El zoco de Boadilla
- Centro Comercial El Palacio
- Centro Comercial Giraldo I
- Centro Comercial Giraldo II
- Centro Comercial Mirabal
- Ciudad Financiera Santander (no es objeto de atención en este estudio)
- Instalaciones de uso secundario y terciario diseminadas en el municipio

Además de estos enclaves se identificaron otros tres que se corresponden con el tipo galería de alimentación, conocidos como:

- Galería comercial Boadilla y El Mercadito, en el casco urbano
- Mercaboadilla en el Sector B

A continuación se analizan detalladamente las características de cada una de las zonas identificadas.

Prado del Espino

El Polígono Industrial Prado del Espino es el único polígono de uso industrial del municipio. Esa fue su génesis y así se ha desarrollado y se sigue desarrollando hasta la fecha. En el polígono se ubican empresas que producen bienes y servicios y, por ahora, no se ha producido conversión a sector terciario y/o ocio como han experimentado otros polígonos industriales de la Comunidad de Madrid.

Se encuentra localizado en un extremo del municipio y próximo a otros polígonos. Por una parte linda con el Polígono Ventorro del Cano de Alcorcón y, en cierto modo, parece al visitante como una prolongación modernizada del mismo. Por otra parte linda con la Ciudad Financiera Santander. Al norte del Polígono, entre éste y la Fundación ONCE del Perro Guía, se localiza una zona pendiente de desarrollo. Así mismo, está próximo a la Ciudad de la Imagen (Pozuelo de Alarcón), proximidad que tiene su efecto en el Polígono de Prado del Espino y razón por la que se han ido localizando empresas relacionadas con el mundo de la imagen. Al espacio disponible se añade la ventaja de unos precios más económicos.

El Polígono no dispone de muchos servicios y los usuarios del mismo encuentran en Ventorro del Cano la mayoría de los servicios (bares, restaurantes, talleres, etc.) de los que carece Prado del Espino

El Polígono se construyó entre 1996 y 1999 y fue promovido por una junta de compensación que englobaba *circa* 100 propietarios. Tiene una superficie de 500.000 m² y se organiza en 32 manzanas. Falta por finalizar las obras de la manzana nº 32 donde se localizan los derechos de los propietarios no adheridos a la junta de compensación; su finalización está a punto de culminar mientras se realiza este Estudio. Anticipándose a dicha finalización la Junta de Compensación cedió al Ayuntamiento los viales y zonas comunes en el año 2004. No obstante la junta de compensación mantiene una vigilancia privada de obras (1 vigilante) hasta que finalicen las obras de la manzana nº 32 que darán por concluida la promoción en sentido estricto del polígono. Simultáneamente, las empresas han ido construyendo y ocupando el polígono.

Las manzanas presentan tipologías diferentes. Coexisten manzanas para el desarrollo de edificaciones de grandes dimensiones con manzanas parceladas donde se localizan naves de pequeña superficie; esto permite la coexistencia de edificios y usos muy diversos. Este diseño responde, entre otras cosas, a la necesidad de ubicar los derechos de edificación de los propietarios que eran muy diferentes entre sí. A esta fecha se ha desarrollado aproximadamente un 60% del mismo y quedan pendientes de desarrollo varias manzanas.

En consonancia con la situación del municipio, en la que no existen ninguna organización empresarial, hasta la fecha tampoco se ha formado ninguna asociación de empresarios en Prado del Espino.

Los empresarios del polígono que están asociados, pertenecen a asociaciones sectoriales. Hay, no obstante, entre algunos miembros más activos del polígono, cierta preocupación o interés por fomentar el asociacionismo.

La próxima desaparición de la Junta de Compensación va a obligar a los propietarios a constituir una comunidad de propietarios. No obstante, dicha fórmula asociativa obligatoria es parcial y sólo englobaría a los propietarios. Teniendo en cuenta que una parte considerable de los espacios productivos se utilizan en régimen de alquiler, se detecta una carencia asociativa que para todas las partes implicadas sería interesante subsanar, si bajo esa fórmula se establece un cauce de representación que permita relacionarse a los empresarios con la administración, con otros empresarios, etc.

Montepríncipe

En la urbanización Montepríncipe se localiza el Centro Comercial Montepríncipe, situado en la Avda. de Montepríncipe, próximo al Hospital de Madrid Montepríncipe.

La urbanización es de tipología residencial extensiva aunque coexisten usos terciarios en las viviendas pero hasta la fecha no son mayoritarios ni se localizan a primera vista (no hay carteles, no generan problemas de aparcamiento, no se hacen evidentes al deambular por la zona).

Este centro comercial se compone, formalmente, de dos centros comerciales, cada uno forma una comunidad de propietarios y, a su vez, se integra dentro de la mancomunidad de propietarios de Montepríncipe. No obstante el visitante sólo percibe un único centro comercial, con una estructura en diversos edificios unidos por pasillos cubiertos y escaleras de acceso.

La primera fase del centro se construyó hace cuatro décadas y la segunda fase hace algo más de dos. Diseñado inicialmente como centro comercial, se ha convertido con el tiempo en un centro de empresas y servicios. Los propietarios han utilizado los locales en función de las posibilidades que les han surgido – no se produce una especial sinergia entre las actividades localizadas en el centro comercial-. En el centro se localiza un supermercado de alimentación, un taller de reparación de vehículos, algunas consultas de servicios básicos para la zona (veterinario, dentista), una oficina bancaria, una cafetería, un restaurante, una escuela de danza, dos peluquerías. Así mismo funcionan una variedad de empresas que han encontrado en esa zona un espacio idóneo de trabajo que les conviene, por proximidad a su domicilio y/o por coste de inversión y/o mantenimiento. Se trata, en general, de empresas cuyas actividades no tienen clientes ni proveedores de ámbito local.

La proximidad del Hospital de Madrid Montepríncipe aporta la cara y cruz para los establecimientos del centro comercial. Por una parte, aporta clientes

ocasionales de paso a algunos otros comercios y empresas (supermercado, peluquería, bares, etc.) pero asimismo, supone problemas para el funcionamiento del centro comercial, sobre todo por lo que se refiere al aparcamiento, principal reivindicación de mejora de los empresarios del centro comercial.

Los locales se explotan tanto en régimen de propiedad como de alquiler. No puede hablarse de un precio tipo porque los locales varían sensiblemente de tamaño.

Este centro, siguiendo la tendencia general de los centros comerciales del municipio, presenta una reconversión hacia usos empresariales.

Las Lomas

La zona de Las Lomas es de uso residencial prioritario, aunque se localizan también en la zona dos centros comerciales y una variedad de usos terciarios de características singulares –algunos colegios- y algunas empresas de uso extensivo de terrenos (viveros, centros deportivos y de ocio).

Por la tipología de vivienda residencial unifamiliar no hay espacios comerciales fuera de los centros mencionados. Se produce una coexistencia del uso terciario y de vivienda, pero esta situación no ha provocado, hasta la fecha, cambios en la zona ni resulta aparente al deambular por la zona.

El Centro Comercial Las Lomas y Ciudad Comercial Las Lomas están relativamente próximos. Se construyeron en fechas diferentes, responden a tipologías distintas y son independientes en su gestión.

Como en el caso del Centro Comercial Montepíncipe, se trata de centros comerciales que se proyectaron con el objetivo de dotar la zona de un espacio comercial y que, a la postre, han acabado como centros de empresas y servicios con algún pequeño comercio de ámbito local.

Centro Comercial Las Lomas

El Centro Comercial Las Lomas es una comunidad de propietarios que forma parte de la Ciudad Residencial Las Lomas. Fue inaugurado en enero de 1986 y consta de cinco edificios de una o dos plantas, en los que se distribuyen locales comerciales y oficinas de distintos tamaños.

Existe una comunidad de propietarios que se ocupa de la conservación y mantenimiento de los espacios comunes interiores –jardinería, alumbrado interior, conservación de edificios-.

Inicialmente el centro se configuró como centro comercial y se abrieron pequeños comercios de los que quedan muy pocos en la actualidad. Tras sufrir una rotación considerable de negocios durante varios años y vivir épocas de escasa actividad, presenta en estos momentos una situación diferente: la mayor parte de los locales están abiertos y en activo; el centro comercial se

ha convertido en un centro de negocios; sigue habiendo algunos comercios abiertos al público (productos para animales,..) y empresas de servicios personales (guardería, clínica veterinaria,..), pero la mayoría de los locales están destinados a usos profesionales y empresariales (despachos de arquitectura, constructoras,..) .

Los locales del centro no responden a un módulo tipo, los hay de tamaños y formas diferentes y mediante agregaciones pueden configurarse espacios muy diferenciados. Aunque los espacios no son muy grandes, alguna de las empresas es de tamaño considerable -por ejemplo hay una empresa constructora que tiene sus oficinas en el centro con una plantilla de 10 personas pero que tiene en obra más de 60 personas en plantilla-.

El principal atractivo de este centro para los empresarios radica en la posibilidad de disponer de un espacio de uso profesional, a un precio moderado, en un entorno agradable. Para bastantes empresarios que viven en la zona supone, además, la posibilidad de aproximar vivienda y trabajo. Por su aislamiento no resulta adecuado para actividades que precisen del paso de gente y requiere que los trabajadores dispongan de vehículo privado, ya que la accesibilidad en transporte público es muy reducida.

Ciudad Comercial Las Lomas

Se construyó en 1990 con el objetivo de convertirse en un centro comercial de nivel adquisitivo alto y de ocio (tiene las 3 únicas salas de cine del municipio), y así funcionó durante los primeros años, pero a la larga no se cumplieron las expectativas iniciales.

Es un gran edificio de tres plantas sobre rasante y dos plantas de aparcamiento en sótano. Posee una buena calidad de construcción y amplias zonas comunes, lo que requiere una conservación considerable.

En el exterior dispone de un pequeño aparcamiento que está habitualmente saturado. El centro dispone de un aparcamiento en sótano pero es de propiedad privada y no está en uso actualmente.

El índice de ocupación se sitúa en torno al 80% por número de locales ocupados, aunque si consideramos la superficie la ocupación es mucho menor. El local de mayor tamaño se desocupó hace un año (era un supermercado de superficie media) y llevaba asociado el uso y disfrute del aparcamiento del sótano que también estaba al servicio de los demás empresarios del centro.

Este centro comercial ha experimentado desde su inauguración una rotación importante de negocios. Si en sus inicios predominaban las actividades comerciales y de ocio, en la actualidad la mayoría de los locales están ocupados por empresas de servicios, constructoras, inmobiliarias, despachos de profesionales liberales, etc. La actividad comercial ha quedado reducida a mínimos.

Como fortalezas de centro se señalan la seguridad y tranquilidad de la zona, tener unos precios de alquiler y venta muy razonables y sensiblemente menores que los de otras zonas del municipio (algunos empresarios nos mencionaron costes de alquiler entre 350 y 600€ mensuales), la buena imagen, etc.

Casco Urbano

En esta zona se identifican dos subzonas con tipologías diferenciadas:

La zona situada al Este de Carretera de Majadahonda, donde el uso residencial convive con el uso comercial y empresarial. Los usos comerciales se localizan en bajos comerciales, en la mayor parte de los casos en locales aislados y, en ocasiones, bajo la fórmula de galería comercial⁸ En las plantas altas el uso prioritario es el residencial, aunque ya se ha producido cierto grado de terciarización, fundamentalmente por la sustitución de viviendas por despachos profesionales.

De todos modos al tratarse de un casco urbano tradicional muy reducido y que ya ha sufrido cambios tipológicos considerables, se identifican en el mismo nuevos modos de localización de las actividades comerciales. En algunos casos (Camino de San Sebastián), mediante la construcción de portales de uso exclusivo terciario, en otros casos mediante la construcción de un centro comercial, como es el caso del Centro Comercial Palacio.

Se ubican, además, algunas edificaciones de uso exclusivo terciario - Hotel Restaurante El Convento y el Hotel Partner Boadilla Palacio - y un edificio de uso exclusivo industrial (Empresa Pretty Lady con fachada a Carretera de Majadahonda y Calle José Antonio.

En esta zona se pueden distinguir dos pequeños ejes comerciales: uno en la avda. del Generalísimo y plaza de la Cruz-que recientemente se convirtieron en peatonales-, y otro más disperso, entre las calles Convento, San Sebastián y José Antonio.

El resto del casco urbano está situado entre la Carretera de Majadahonda y la calle Ronda y que limita al Sur con la Carretera de Villaviciosa y al Norte con la calle Allberca. Esta zona responde a un cambio de la tipología urbana hacia un modelo de transición, con elementos más característicos del nuevo tipo de ensanche del municipio. Aquí se segregan los usos residenciales y terciarios y estos se localizan en edificios exclusivos. En esta zona se han localizado tres enclaves de uso terciario; el Zoco de Boadilla, el Centro Comercial Giraldo I y el Centro Comercial Giraldo II, sin exclusión del posible uso mixto residencial y terciario de las viviendas.

Respecto a la primera zona -al este de la carretera de Majadahonda-, los negocios instalados presentan una gran variedad, destacando los de alimentación, servicios personales, los servicios de la propiedad inmobiliaria y comercio al menor de textil. Suelen ser negocios familiares, con uno o ningún

⁸ Galería Comercial Boadilla, con entrada por las calles Álamo y San Sebastián y El Mercadito en la calle Convento

empleado, regentado por el propietario, la mayoría están en régimen de alquiler (un local medio de 50 m² puede pagar de 900 a 1.300 €/mes).

Su clientela potencial se nutre de gente del propio casco urbano, que no sólo son personas de la tercera edad, sino también gente joven, con una situación económica saneada, al igual que una numerosa población inmigrante. También tienen mucho peso los clientes de las urbanizaciones, que se caracterizan por su fidelidad –sobre todo en el sector alimenticio-, e incluso clientes del Sector B. En ambos casos se busca la calidad y especialización, el trato personalizado y un incremento en la calidad y cantidad de los servicios.

En esta zona también se ha instalado el **Centro Comercial “El Palacio”**. Este centro se construyó en 1998, con vocación de atracción para todo el municipio. Actualmente funciona como una comunidad de propietarios. Algunos de los propietarios barajan la posibilidad de incorporarse a la Asociación de Comerciantes del Casco Antiguo.

Es un centro moderno, dotado de todos los servicios y con un comercio y oferta de servicios de calidad media-alta.

Presenta un índice de ocupación elevado, aunque también presenta un nivel de rotación considerable que comerciantes y gestores achacan a una falta de previsión y profesionalidad de los comerciantes.

Algunas de las fortalezas del centro son la atracción de la superficie media de alimentación, el aparcamiento en sótano (dos plantas con 200 plazas) que, por ahora, es gratuito, y su buen estado de mantenimiento y conservación.

Su debilidad radica en el riesgo que puede conllevar para su futuro la sustitución de la actividad comercial por la actividad empresarial (como ya ha ocurrido en otros centros del municipio), y que no se corresponde con la filosofía inicial del centro.

Este centro representa una ampliación complementaria y moderna de la oferta del casco urbano, y es así como se percibe en esta zona.

Existe una **Asociación de comerciantes del casco urbano** que lleva funcionando varios años, pero desde el 2003 ha iniciado una nueva fase de funcionamiento. Su objetivo fue convertirse en un ente con personalidad jurídica propia que sirviera como puente de relación con el Ayuntamiento y los comerciantes de la zona, con el fin de gestionar de forma unificada sus problemas y soluciones.

Este objetivo les ha embarcado en una campaña de cambio de mentalidad de los comerciantes, haciéndoles ver que no podrán tener un futuro próspero manteniéndose aislados, sino actuando conjuntamente.

Actualmente, son socios 113 empresas y su objetivo es implicar a la mayor parte de comerciantes de la zona y conseguir la autofinanciación. Es una organización muy activa con muchos proyectos tanto de carácter puntual (ej: mercado de antigüedades de la zona peatonal), como más ambiciosos, como el ya referido Plan de Modernización del Comercio del IMADE que

pretende convertir la zona en un "centro comercial abierto" (actualmente, este plan está en la fase inicial de estudio).

Aunque sin perder de vista los problemas, esta asociación tiene unas perspectivas de futuro claramente optimistas.

En la otra margen de la carretera de Majadahonda, la actividad empresarial y comercial está concentrada en los siguientes centros comerciales: Giraldo I y Giraldo II, sitios entre las calles Alberca, Sigüenza y Trujillo, y el Zoco de Boadilla, sito en la calle Santillana del Mar. El resto de la zona se dedica a usos residenciales y de servicios sociales (educación, sanidad, ocio, deporte,...)

Los **Centros Comerciales Giraldo I y II** se construyeron en 1990. Presentan una tipología muy similar: planta baja con locales puerta calle y planta alta con locales distribuidos a ambos lados de una pasillo. Disponen además de una planta sótano de aparcamiento pero que es privativa de algún propietario de los locales.

Por su calidad constructiva presentan problemas de humedades en el sótano y de aislamiento en la planta alta. Ambos centros están ocupados prácticamente al 100% y actualmente presentan índices de rotación muy reducidos. Las plantas bajas tienen actividades de hostelería y comercio al menor. Las plantas altas tienen actividades empresariales, de servicios, de pequeños profesionales y algunos almacenes (de pequeños constructores y otros oficios). Todos los locales son exteriores, con buenas condiciones de ventilación y luminosidad. Todo ello, unido a su proximidad al casco urbano, los hace idóneos para la localización de pequeñas empresas.

Cada uno de los centros forma una comunidad de propietarios independiente y dispone de una junta de propietarios y de un administrador de fincas. No hay ninguna relación formal entre ambos centros comerciales ni, por ahora, están vinculados a ninguna asociación empresarial.

Los administradores de los centros ven con optimismo el futuro de los centros comerciales; la localización de los centros próximos al centro, y al metro ligero, etc. hacen de estas localizaciones lugares idóneos para pequeñas empresas y servicios.

El **Centro Comercial Zoco de Boadilla** se abrió en 1988 y consta de tres plantas: el sótano, con una galería de alimentación (que sólo tiene abiertos 4 puestos) y un garaje privado, que pertenece a distintos vecinos de la zona; la planta baja, ocupada por negocios de hostelería, comercio al menor y de servicios personales; y la primera planta, en la que se encuentran dos restaurantes y empresas de servicios empresariales, distribución y comercialización de productos industriales y construcción.

A excepción de los negocios de hostelería con varios empleados, la mayor parte de los comercios y negocios son de tipo familiar y ocupan a 1 ó 2 personas.

El centro presenta un estado de conservación bueno y recientemente se han realizado reformas y mejoras en la infraestructura y en los servicios (instalación de una escalera mecánica, instalación de una puerta automática de acceso, e instalación de un cajero automático).

El centro constituye una comunidad de propietarios con una junta de propietarios y un administrador pero, además, hace dos años se constituyó una asociación de comerciantes con un doble objetivo: convertirse en interlocutor con el Ayuntamiento, y gestionar conjuntamente el tema de la publicidad del centro, que anteriormente no funcionaba adecuadamente por problemas de legalidad de los acuerdos de la Junta General de Propietarios.

Actualmente la ocupación ronda el 80% en las dos plantas superiores, mientras que en el sótano sólo funcionan 4 puestos en la galería de alimentación. La situación del sótano está en proceso de cambio y se han mantenido contactos para la instalación de una media superficie.

En sus inicios era el único centro comercial existente, y recibía clientela tanto del casco urbano como de las urbanizaciones. Posteriormente, con la aparición de nuevas ofertas y una mala gestión del centro, su viabilidad se puso en peligro.

Actualmente la situación ha mejorado: se ha saneado la situación económica, se han reparado y ampliado los servicios que ofrece el centro y se ha conseguido ralentizar la rotación y cierre de negocios.

Las previsiones ante el futuro presentan están polarizadas: de un lado, contemplan una potenciación del sector empresarial de servicios y oficinas, de otro, son claramente pesimistas ante el futuro del comercio al menor, siempre que no se embarque en un proceso de reconversión de su oferta hacia una especialización y aumento en la calidad de sus productos, y un aumento en la calidad y cantidad de sus servicios (por ejemplo, la entrega a domicilio).

Destacan como puntos fuertes del centro la competitividad en los precios de alquiler, la buena ubicación, el aparcamiento propio, los buenos servicios del centro y la competitividad de los precios de los productos ofertados.

Sector B

Esta zona del municipio responde a un ensanche residencial de finales de los años 90. Presenta una trama cuadrangular con dos avenidas anchas que se convierten en los ejes comerciales de la zona: la Avda. Siglo XXI y la Avda. del Infante Don Luis. Los negocios más numerosos pertenecen a los sectores de comercio al menor, hostelería, servicios personales y en menor medida, educación y servicios empresariales.

Los locales están principalmente en régimen de alquiler con unas cuotas entre 1.800 y 2.500€ mensuales. La venta de locales ronda los 800.000 ó 900.000 €. El índice de ocupación es muy elevado como también lo es la rotación de los

negocios, hasta el punto de que algunos informantes hablan de “negocio express”, que abre y cierra en unos meses.

Con respecto a las condiciones físicas, al ser una zona nueva, no presenta carencias significativas y respecto al desarrollo de los servicios municipales, no se detectan grandes problemas. Sí se detecta un problema de tráfico a raíz del comienzo de las obras del metro ligero.

Existe una asociación de comerciantes que engloba un tercio de los comerciantes de la zona, pero que actualmente parece bastante inactiva (no cobra las cuota y no realiza ninguna actividad en la zona).

Las perspectivas de futuro no son muy halagüeñas a corto y medio plazo. Son muchos los informantes cualificados que opinan que los próximos 2 ó 3 años serán muy duros, pero a más largo plazo se declaran optimistas. Dado el potencial de crecimiento de la zona –está previsto que la zona siga creciendo con la construcción de otras 8.000 viviendas-, la zona tiene atractivo potencial para municipios cercanos y con el tiempo los vecinos dispondrán de más renta disponible para consumo conforme vayan haciendo frente al pago de sus hipotecas.

Delegación de la zona noroeste de la Cámara de Comercio de Madrid

El municipio de Boadilla del Monte se engloba dentro de la delegación noroeste de la Cámara de Comercio de Madrid, con sede en Majadahonda. Dicha zona la componen 27 municipios.

Al inicio del trabajo nos reunimos con el responsable de la delegación que nos facilitó información muy útil.

Por una parte, nos facilitó la base de datos del IAE 2006 que nos permitió analizar el universo empresarial del municipio y definir la muestra para el trabajo de campo. Esta base de datos fue utilizada exclusivamente para conocer la distribución territorial (agregamos los datos en base a una zonificación municipal establecida para este estudio) y sectorial (código CNAE) de las empresas dadas de alta en Hacienda, pero no fue utilizada para la selección muestral a fin de respetar la confidencialidad de los datos.

Por otra parte, aportó su visión de los principales problemas de la zona; El principal problema del comercio se encuentra en la competencia de las grandes superficies de la zona. Ante esta situación, los comerciantes deben contemplar unos cambios que les lleven a adaptarse a esta situación *de facto*, que se identificaron en las siguientes medidas:

- 1.- Fomentar el asociacionismo comercial para convertirse en “centrales de compras” y conseguir precios más interesantes, a la vez que se emprenderían proyectos comunes.

2.- Especialización del comercio que ninguna gran superficie puede asumir.

3.- Mejorar el servicio en un doble sentido: mejora de sus instalaciones, y del servicio. Este segundo aspecto se destacó como la clave de la supervivencia de estos negocios, y se refiere a poner el énfasis en el trato al cliente –personalizado, directo, amable-, para que se convierta en un valor añadido. En este sentido mencionó la “vocación de comerciante” como uno de los pilares de la actividad comercial. De esta manera, la publicidad sería “boca a boca”, en su opinión la más efectiva para el comercio del municipio.

4.- En el tema de los horarios comerciales se señaló la necesidad de adaptarse más a los ritmos de vida de la clientela potencial, y en este sentido hizo referencia a la Ley de Comercio actual, que fija unas condiciones de apertura en festivos a las que podría acogerse gran cantidad de comercios del municipio.

Por último, señaló que se mantienen muy buenas relaciones con la Concejalía de Formación, Empleo y Comercio y con la Agencia de Desarrollo Local.

Prensa local

Se mantuvieron sendas reuniones con dos publicaciones de ámbito local: “Sólo Boadilla” y “Tu revista”.

“**Solo Boadilla**”, es una publicación de vocación municipal, mensual y de distribución gratuita.

Se creó en Septiembre de 2005 con un doble objetivo: convertirse en una herramienta de comunicación de los vecinos y con los comerciantes y colaborar con el desarrollo económico del municipio. Por ahora se centra en el Casco Urbano y en el Sector B y prácticamente no se ocupa de las otras zonas del municipio.

Su percepción sobre la evolución de la zona habla de un elevado índice de rotación, sobre todo en el comercio al menor de textil, complementos, estética,..., y a su juicio el sector que menos ha sufrido ha sido la hostelería.

Respecto al futuro, cree que el comercio debe modernizarse y que todavía quedan muchos comercios “antiguos”, que si no se embarcan en este proceso, cerrarán inevitablemente.

Por último, su relación con el Ayuntamiento es fluida y se centra en el departamento de prensa y en la Concejalía de Formación, Empleo y Comercio.

Respecto a “**Tu Revista**”, es una publicación de ámbito comarcal –incluye varios municipios de la zona noroeste de la Comunidad de Madrid-, en el que Boadilla del Monte, ocupa un tercer lugar en presencia en la información.

Se edita desde el año 2000 y se distribuye gratuitamente.

Respecto a sus contenidos, no están centrados en el tema comercial o empresarial, aunque se tratan con frecuencia, pero también tienen mucho peso en la revista los temas deportivos, de organización de eventos, la comunicación, etc.

Su percepción de la evolución del comercio boadillense en los últimos años, coincide en lo esencial con la descrita por la anterior publicación: mucha rotación, cierre de comercios tradicionales y necesidad de cambios en el sector comercial y adaptación a la nueva situación.

Por último, también coincide en señalar las buenas relaciones mantenidas con el Ayuntamiento, en especial el departamento de prensa.

3.- RESUMEN EJECUTIVO

Este informe es un estudio sociológico descriptivo de los comercios y empresas que tienen abierto un establecimiento en Boadilla del Monte y aborda el estudio de las características de las empresas.

El estudio se ha realizado, mediante estratificación del universo, con base en criterios de zona de localización y sector de actividad económica.

Las zonas identificadas son las siguientes:

- Casco urbano
- Sector B
- Polígono Prado del Espino
- Resto del municipio

Los sectores de actividad económica se han agregado en 11 categorías:

- Sector 1: Industrias extractivas y manufactureras
- Sector 2: Construcción e industrias anejas
- Sector 3: Comercio al mayor e intermediarios
- Sector 4: Comercio al menor y reparaciones
- Sector 5: Hostelería
- Sector 6: Transporte y comunicaciones
- Sector 7: Banca, intermediación financiera y seguros
- Sector 8: Promoción y servicios inmobiliarios
- Sector 9: Servicios empresariales
- Sector 10: Educación, sanidad y servicios sociales
- Sector 11: Servicios personales, deporte, ocio, cultura y otros sin especificar.

3.1. Descripción del universo y selección de la muestra

Se define como universo de esta investigación las empresas incluidas en el listado del Impuesto de Actividades Económicas del año 2006, facilitado por la Cámara de Comercio de Madrid (Delegación Majadahonda).

Se excluyeron del estudio las empresas localizadas dentro de la Ciudad Financiera del Banco de Santander por su especial idiosincrasia y las empresas localizadas en la Finca La Jarana por su irregular situación legal.

La muestra del estudio se estimó en 200 establecimientos; el cuestionario incluye 119 preguntas.

La selección muestral se hizo por procedimiento de ruta sobre el término municipal. No se utilizó el listado de direcciones del IAE para preservar la privacidad del mencionado registro.

3.2. Características de las empresas y del establecimiento de Boadilla del Monte

3.2.1. Forma jurídica de las empresas

- Casi dos tercios de las empresas (63,35%) son sociedades limitadas
- El 15,84% de las empresas son sociedades anónimas
- El 13,37% de los establecimientos encuestados están regentados por un autónomo

3.2.2. Fundación de la empresa e implantación del establecimiento en el municipio

- Las empresas son muy jóvenes; el 47% de las empresas matrices se han fundado entre 2000 y 2006
- El 76% de los establecimientos se han abierto entre el 2000 y 2006
- Sólo el 8% de las empresas y el 1,50% de los establecimientos se han fundado o abierto antes de 1980.

3.2.3. Número de establecimientos de la empresa

El 70% de las empresas del municipio poseen sólo un establecimiento.

3.2.4. Localización de la sede central

En el 82% de los casos, la sede central se localiza en Boadilla del Monte.

Sólo un 3,5% de casos en los que la sede central no está en el municipio, se encuentra fuera de la Comunidad Autónoma de Madrid.

3.2.5. Entramado empresarial de Boadilla del Monte

- El 12% de las empresas forma parte de un grupo de empresas
- Sólo el 2% de las empresas pertenece a un grupo de compras
- El 10% de los establecimientos están franquiciados.

3.2.6. Régimen de tenencia de los establecimientos y características de los mismos

- La mitad de los establecimientos (57,50%) se regenta en propiedad; de estos el 44,16% están totalmente pagados.
- El 39% de los establecimientos está en régimen de alquiler.
- La mayoría de las empresas del municipio están radicadas en locales de 31 a 199 m².
- Existe un 4% de empresas que se sitúan en grandes fincas de superficies abiertas.

3.2.7. Clasificación de los establecimientos por sector de actividad y zona de localización

La mayoría de las empresas se encuentran en la zona de las urbanizaciones norte y Montepíncipe (39,20%), seguida del casco antiguo (30,73%) y sector B (24,32%). En último lugar figura Prado del Espino (5,75%).

Los sectores económicos de mayor implantación son los servicios empresariales y el comercio al menor y reparaciones, que rondan el 20%.

A continuación figura la construcción e industrias anejas(9,49%), y en torno al 8% el comercio al mayor y la promoción inmobiliaria.

En torno al 7% se sitúan las industrias extractivas y manufactureras, la educación, sanidad y servicios sociales y otros servicios, entre los que se engloban, los servicios personales, el ocio y cultura y el deporte.

Los sectores económicos con una menor presencia en el municipio son el transporte y comunicaciones (4,24%), y la banca, intermediación financiera y seguros (2,83%).

3.2.8. Tamaño de las empresas por empleo y facturación

El 79,50% de las empresas de Boadilla del Monte son microempresas (hasta 10 empleados), un 14,50% de los negocios tienen hasta 50 empleados y un 6% más de 50 empleados en plantilla.

Respecto a la facturación, el intervalo de mayor frecuencia es el de 1 a 6.000.000 €/año, con un 12,50%, seguido del intervalo de 120.000 a 300.000 €/año, con un 11,50%. (Se obtuvo un 52% de respuestas en esta cuestión)

3.3. Análisis del empleo de los establecimientos

3.3.1. Empleo: características por sexo y edad

- La plantilla de las empresas está muy equilibrada entre ambos sexos: el 52,50% son varones y el 47,40% son mujeres.

- La población laboral femenina es más joven que la masculina.; la mayor parte de las mujeres está en los tramos de edad hasta 34 años.
- El empleo masculino se centra mayoritariamente en los intervalos de 35 a 44 años y en el de más de 45 años.

3.3.2. Empleo: características por sexo y nivel de estudios

Un tercio de los trabajadores (34,25%) tienen una formación universitaria y una cuarta parte (25,76%) poseen estudios primarios.

Las mujeres están más formadas en formación profesional y en diplomaturas universitarias. En los estudios universitarios las cifras están muy próximas, ligeramente superiores en los hombres, pero por encima de la tercera parte de los trabajadores en ambos casos (35,47% y 33,16% respectivamente).

En los estudios primarios, el número de hombres(34,90%) duplica al de mujeres (17,61%).

3.3.3. Tipo de contrato y jornada

- El 77, 84% de los trabajadores trabajan a tiempo completo y con contrato indefinido (sin grandes diferencias en función del sexo).
- Los hombres duplican el porcentaje de contratos a tiempo completo y temporal (13,74%).
- Las mujeres duplican el número de contratos a tiempo parcial, ya sea con contrato temporal (6,29%) o indefinido (8,86%).

3.3.4. Empleados residentes en Boadilla (Boadilla íntegra)

- Un 79,08% de los empleados en empresas del municipio no residen en Boadilla del Monte.
- Un 38,50% de empresas no tiene ningún empleado residente en el municipio.

3.3.5. Empleo de extranjeros

- Un 65% de las empresas no tienen en su plantilla ningún trabajador extranjero.
- Del 33,5% de empresas que sí tienen, al menos, un extranjero, prácticamente la mitad tienen hasta un 25% de la plantilla formada por trabajadores extranjeros.

3.3.6. Procedimientos de selección de personal

- Las empresas utilizan métodos diversos y mixtos para seleccionar personal.
- El 61,80% de las empresas menciona la utilización de contactos personales para contratar a su personal.

- El 27,53% de las empresas menciona la bolsa de empleo del Ayuntamiento
- El 24,16% de las empresas menciona portales de empleo e Internet
- La cuarta parte de las empresas (19,66%) recoge currícula y pone carteles en el establecimiento para reclutar personal.

3.3.7. Previsiones de empleo

Casi la mitad de las empresas (47%) tiene previsto contratar más trabajadores a corto o medio plazo.

3.3.8. Conciliación de la vida familiar y laboral

La mitad de las empresas de Boalilla del Monte declaran adoptar medidas para conciliar la vida familiar y laboral de sus empleados.

Entre las empresas que concilian el 39,60% adopta medidas con carácter general para todos los empleados, las demás utilizan medidas puntuales que sólo afectan a algunos trabajadores (en el 27,72% de los casos sólo concilia hasta el 25% de la plantilla).

Las medidas más habituales son la acomodación de turnos y horarios (50,50%) y la posibilidad de contratar a tiempo parcial (35,64%).

El 67,71% de las empresas que no concilian dicen que no se les ha planteado hasta ahora la necesidad.

3.3.9. Perfil del empresario/entrevistado

Se entrevistó preferentemente a dueños, directivos de departamentos y cargos de responsabilidad de las empresas.

La mitad de los entrevistados se hallaban en el intervalo de edad de 36 a 55 años, y algo más de un tercio (36%) entre 26 y 35 años (36%). Los hombres entrevistados son ligeramente mayores que las mujeres.

Entre los hombres entrevistados hay más licenciados universitarios que entre las mujeres, pero también más individuos que sólo tienen estudios primarios. La mayoría de las mujeres tienen, al menos, estudios secundarios.

El 39% de los entrevistados vive en el municipio y el porcentaje asciende al 51% si los entrevistados son fundadores o es un negocio familiar.

El 60,38% de los entrevistados son fundadores o el negocio es familiar. Esta condición se da más entre hombres que entre mujeres. El 41,05% de las mujeres entrevistadas ha llegado a su puesto después de un proceso de selección.

El 98,90% de los fundadores desempeñan el cargo de director de la empresa. El 63,33 % de las empresas familiares tienen como directores a miembros de la familia fundadora.

3.4. Análisis de la formación laboral

3.4.1. Número y tipo de acciones formativas del último año

El 53,50% de las empresas han realizado alguna acción formativa de sus empleados en el último año.

El 38,5% de las empresas han realizado un curso, y el 16% de las empresas ha realizado dos cursos o más.

El 53,2% de las personas formadas han sido mujeres.

El sector económico que más acciones formativas ha realizado ha sido el de la banca, la intermediación financiera y los seguros.

Los cursos más realizados han sido los técnicos con el 26%, seguidos de los de normativa con el 15%.

3.4.2. Método formativo de las empresas

La mayoría de las empresas que han llevado a cabo acciones formativas han utilizado una empresa de formación externa.

3.4.3. Formación laboral en el futuro

El 53,50% de las empresas tienen previsto acometer algún tipo de formación complementaria de sus empleados más adelante.

Los cursos que se consideran más necesarios en la formación futura son los de temática técnica, con el 37,65%, seguidos de los cursos de gestión con el 32,94%.

La formación futura de los trabajadores se llevará a cabo con una empresa u organismo externo en un 51,4% de las empresas.

3.4.4.- Incentivación a la formación de los trabajadores

Una gran mayoría de las empresas (86,60%) incentivan de algún modo a sus trabajadores para que se formen.

El 51,41% realizan la formación en horario laboral y el 38,73% pagan la formación externa a sus trabajadores.

3.5. Aspectos funcionales y organizativos de las empresas

3.5.1. Gestión empresarial

Las tareas de contabilidad, fiscalidad, gestión laboral, y soporte informático se realizan mayoritariamente con medios externos a las empresas.

Sólo la limpieza y mantenimiento de los establecimientos, el marketing y la publicidad se realizan mayoritariamente con medios internos de las empresas

3.5.2. Equipamientos y servicios de las empresas

Un 91,63% de las empresas disponen de al menos un ordenador. Sólo el 8% de las empresas no disponen de un ordenador pero el 42% tienen un índice de informatización superior al 1 (número de ordenadores por empleado).

Más de un 70% de las empresas poseen los siguientes equipamientos y tecnologías : fax, aplicaciones de gestión integradas, Internet, correo electrónico, y conexión de banda ancha.

Más de un 50% de las empresa utilizan: banca electrónica, red de área local, y página web de la empresa. El equipamiento menos desarrollado es Intranet (16%).

El 37,00% de las empresas no tienen página web, pero un 11,5% de ellas se encuentran en proceso de desarrollo de la misma.

El 63% de las empresas tienen página web. En un 41,50% de los casos, la página es informativa,. En un 14% de los casos tiene además venta *on line* y en un 12% se ofrecen además otros servicios.

El 87,50% de las empresas disponen de más de una línea telefónica fija. Un 1,50% no disponen de teléfono fijo.

El 31,50% de las empresas no disponen de ningún teléfono móvil. Un 15% disponen de un solo aparato y un 52, 5% tienen más de uno a disposición de la empresa.

El 57% de las empresas dispone de al menos un vehículo asociado a su actividad empresarial.

3.5.3. Horario laboral y apertura en festivos

El 30,00% de los establecimientos permanecen abiertos de lunes a viernes, en jornada de mañana y tarde, y el sábado en jornada de mañana.

Una quinta parte de los establecimientos están abiertos de lunes a jueves, en jornada de mañana y tarde, y el viernes en jornada de mañana.

Más de tres cuartas partes de las empresas no abren los sábados por la tarde por distintos motivos. El 22,50% de las empresas afirman que nos les es rentable.

El 78% de las empresas no abre ningún festivo del año, frente al 14% que lo hace todos. El 3% abre todos los permitidos por ley y el 5% lo hace durante la campaña de navidad.

3.5.4. Proyectos de mejora e innovación empresarial

Más de un tercio de las empresas del municipio están implicadas en algún proyecto de mejora e innovación empresarial.

El 39,50% de las empresas dedica parte de su presupuesto a proyectos de I+D o de innovación tecnológicas, en un porcentaje variable, dependiendo de sus necesidades y de sus recursos económicos.

Un 33,50% de las empresas han desarrollado en los últimos cinco años o tienen en marcha algún proyectos de innovación y/o mejora de la productividad.

Un 29,00% de las empresas han llevado a cabo inversiones tecnológicas y proyectos de mejora, mientras que el 48% de las empresas no han realizado ninguna de las dos acciones anteriores.

Un 26% de las empresas tiene implantado un sistema de calidad o está en fase de implantación del mismo, frente al 69,50% de las empresas que no contemplan esta opción.

Casi la mitad de los sistemas de calidad implantados o en fase de implantación (48,84%) se rigen por normas estandarizadas, mientras que más de un tercio (34,88%) implanta un sistema propio. En un 6,98% de los casos, se comparten ambos criterios.

De las empresas que habían llevado a cabo algún proyecto de mejora de la productividad, el 24,24% solicitó alguna ayuda o subvención para llevarlo a cabo.

Del 62,12% de empresas que realizó los proyectos de mejora de la productividad con sus propios medios, más de una cuarta parte mencionó que no solicitó subvenciones por el exceso de trámites y burocracia, pero casi un 40% manifestaron desconocimiento sobre el tema.

3.5.5. Medidas de protección medioambiental

Las empresas del municipio afirman mayoritariamente (60,50%) que adoptan alguna medida de protección medioambiental.

El 81,67% de las medidas se refieren a reciclaje y separación de residuos.

3.5.6. Evaluación y prevención de riesgos laborales

La mayoría de las empresas del municipio(65%) han realizado la evaluación inicial de prevención y riesgos laborales. Al tratarse de un trámite de obligado cumplimiento, este porcentaje resulta todavía insuficiente.

3.5.7. Asociacionismo empresarial

Un 30,50% de las empresas pertenecen a alguna asociación empresarial o comercial que, en la inmensa mayoría de los casos, son de asociaciones de

ámbito sectorial. Son muy pocas las empresas que mencionan asociaciones de ámbito local.

El asociacionismo se razona tomando como base mejorar la información del sector y recibir asesoramiento. Un 25% mencionan estar asociados como medio de facilitar las relaciones con la Administración y con otros empresarios.

El 69,50% de empresas que no están asociadas dicen desconocer asociaciones de su interés y no habérselo planteado.

3.6. Situación del negocio

3.6.1. Situación actual del negocio

La percepción de la situación actual es claramente optimista:

- El 74% de las empresas se declaran en situación de crecimiento.
- El 15% de las empresas dicen estar en situación de estancamiento.
- El 4,5% de las empresas dice estar en proceso de retroceso, liquidación y cierre.

3.6.2. Expectativas de negocio a corto y medio plazo

Las previsiones de las empresas sobre su situación en uno o dos años son mayoritariamente optimistas, pero aumenta la incertidumbre ante el futuro.

- Un 53,92% de las empresas creen que estarán una situación mejor.
- Un 4,9% de las empresas creen que su situación será peor.
- Un 13,73% de las empresas ven el futuro con incertidumbre.
-

3.6.3. Procedencia de clientes y proveedores

- El 65% de las empresas tienen clientes locales
- El 41% de las empresas tienen clientes comarcales
- El 36,50% de las empresas tienen clientes provinciales
- El 25,50% de las empresas tiene clientes nacionales
- El 10,50% de las empresas tiene clientes internacionales
- El 16,50% de las empresas tiene, al menos, un proveedor local
- El 36,50% de las empresas tiene, al menos, un proveedor provincial
- El 57% de las empresas tiene, al menos, un proveedor nacional
- El 23% de las empresas tiene, al menos, un proveedor internacional

3.7. Informe cualitativo

Se realizó un recorrido por el término municipal y se visitaron personalmente los centros comerciales y el Polígono Industrial de Prado del Espino. Se realizaron entrevistas en profundidad con los responsables de dichos centros comerciales y con las asociaciones empresariales de ámbito local.

Estos informantes cualificados aportaron su visión del panorama boadillense y de la evolución histórica del comercio y la empresa de Boadilla y expusieron su opinión sobre los retos y oportunidades que, a su juicio, tiene Boadilla del Monte. Estas entrevistas sirvieron para ampliar datos sobre las principales debilidades y fortalezas de la actividad empresarial del municipio.

3.8 Perfil tipo de la empresa de Boadilla del Monte

El perfil tipo de la empresa de Boadilla del Monte a Marzo de 2007 presenta las siguientes características:

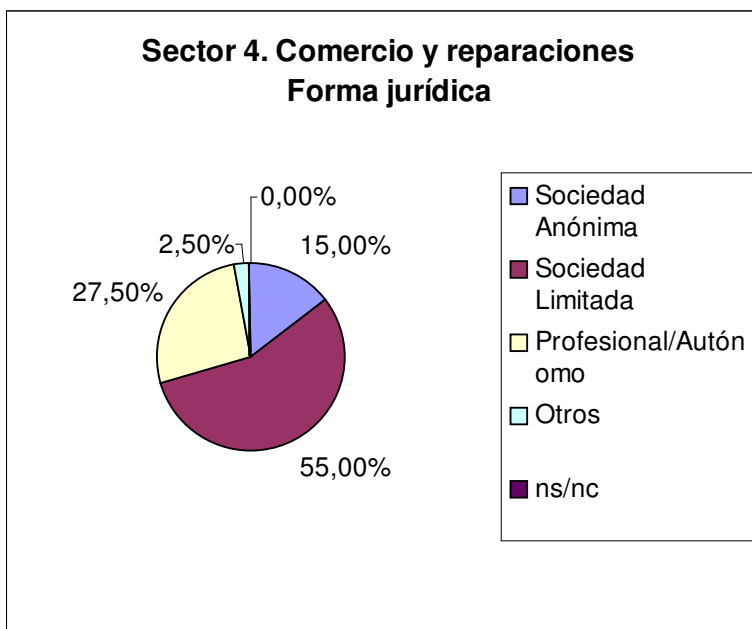
- Es una empresa joven, que se ha fundado entre 1990 y 2000 y/o que ha abierto su establecimiento en Boadilla del Monte entre el 2000 y 2006.
- Tiene un solo establecimiento.
- Es una sociedad limitada.
- No pertenece a ningún grupo de empresas o de compras ni es una franquicia.
- Está situada en un local de 30 a 200 m², en régimen de propiedad, pero que no está totalmente pagado.
- Preferentemente es un comercio al menor y se encuentra en el casco antiguo, o es una empresa de servicios empresariales, que se encuentra en la zona de urbanizaciones norte o Montepíncipe.
- Es una microempresa con una plantilla formada casi a partes iguales por hombres y mujeres, en el que las mujeres son algo más jóvenes que los hombres. Tanto hombres como mujeres tienen un nivel de formación elevado. Son trabajadores nacionales. Trabajan a tiempo completo con contrato indefinido y no viven en Boadilla del Monte. Han entrado a trabajar por contactos personales.
- No toman medidas de conciliación de la vida familiar y laboral con carácter general.
- Los trabajadores han recibido un curso de formación en el último año (sobre todo si son mujeres) y tienen muchas probabilidades de seguir formándose en el futuro.
- La empresa tipo externaliza las tareas de contabilidad, fiscalidad, gestión laboral y soporte informático.
- La empresa tipo realiza con medios propios las tareas de limpieza y mantenimiento, y el y la publicidad.

- La empresa dispone de más de un ordenador por trabajador, y también utiliza las siguientes tecnologías: fax, aplicaciones de gestión integradas, , correo electrónico, conexión de banda ancha, red de área local y banca electrónica.
- Posee una página web de empresa de carácter informativo.
- Dispone de más de una línea telefónica fija y de más de un teléfono móvil.
- Dispone de un vehículo asociado a su actividad empresarial.
- Su jornada laboral tipo es de lunes a viernes, en jornada partida de mañana y tarde, y el sábado sólo en jornada de mañana, porque no les es rentable abrir por la tarde. No abre ningún festivo del año.
- Sus clientes son mayoritariamente locales y comarcales y sus proveedores se encuentran en el ámbito nacional.
- No dedica parte de su presupuesto a proyectos I+D ni a mejoras de innovación tecnológica, ni está implicada en ningún proyecto de mejora e innovación empresarial.
- No tiene implantado ningún sistema de calidad ni está en fase de implantación.
- Realiza alguna medida de protección medioambiental, que se centra en el reciclaje y separación de residuos.
- Ha realizado la evaluación inicial de prevención y riesgos laborales.
- No pertenece a ninguna asociación empresarial por desconocimiento del tema asociativo.
- Es optimista ante la situación actual de su negocio y percibe estar en situación de crecimiento. Ante el futuro, también se declara optimista y se percibe en una situación mejor a corto o medio plazo.
- Conoce los siguientes servicios de la Agencia de Desarrollo Local: los cursos de formación y la bolsa de empleo, que utiliza o ha utilizado en alguna ocasión y que puntúa con un notable.

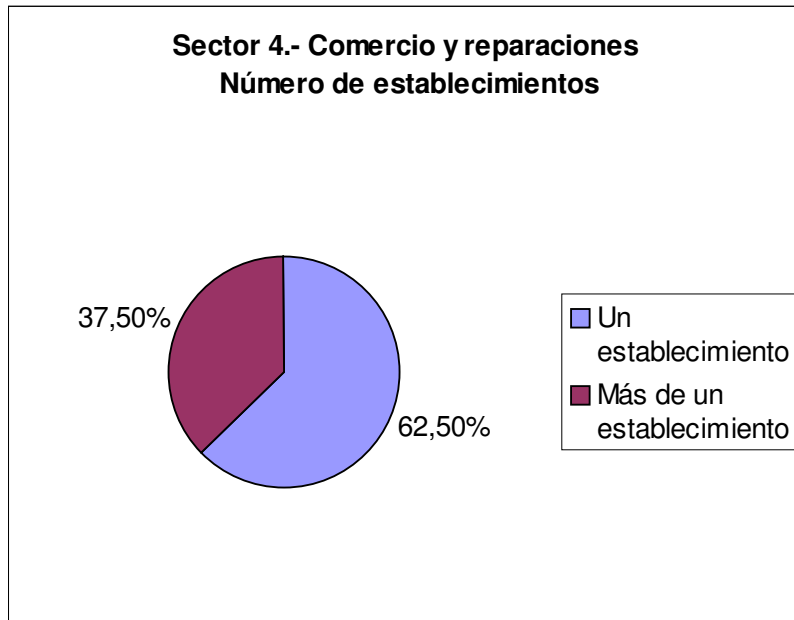
4. Anexos

Selección de cuadros y gráficos del sector Comercio al menor y reparaciones

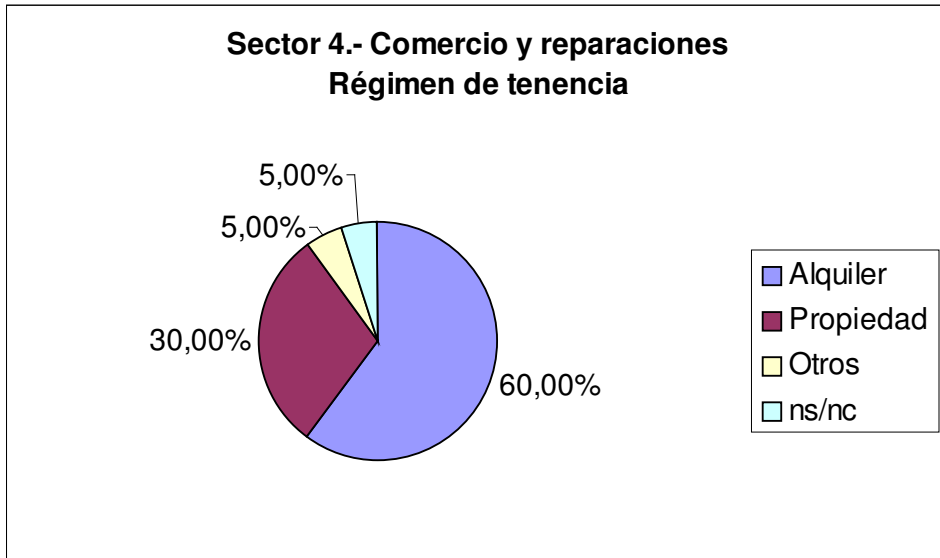
Forma jurídica		
	Comercio al menor y reparaciones	Total
Sociedad Anónima	15,00	15,84
Sociedad Limitada	55,00	65,35
Profesional/Autónomo	27,50	13,37
Otros	2,50	4,95
ns/nc	0,00	0,50



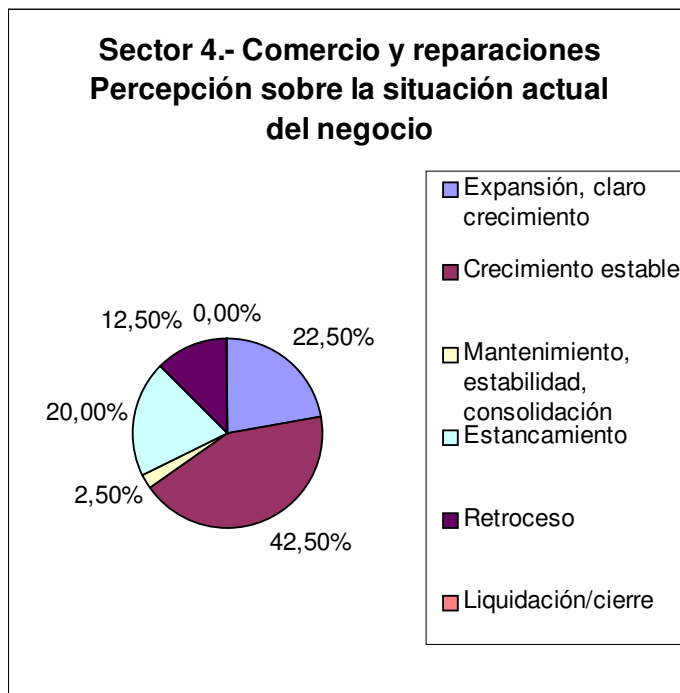
Número de establecimientos de la empresa		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Número de establecimientos	Número de establecimientos
Un establecimiento	62,50	70,00
Más de un establecimiento	37,50	30,00



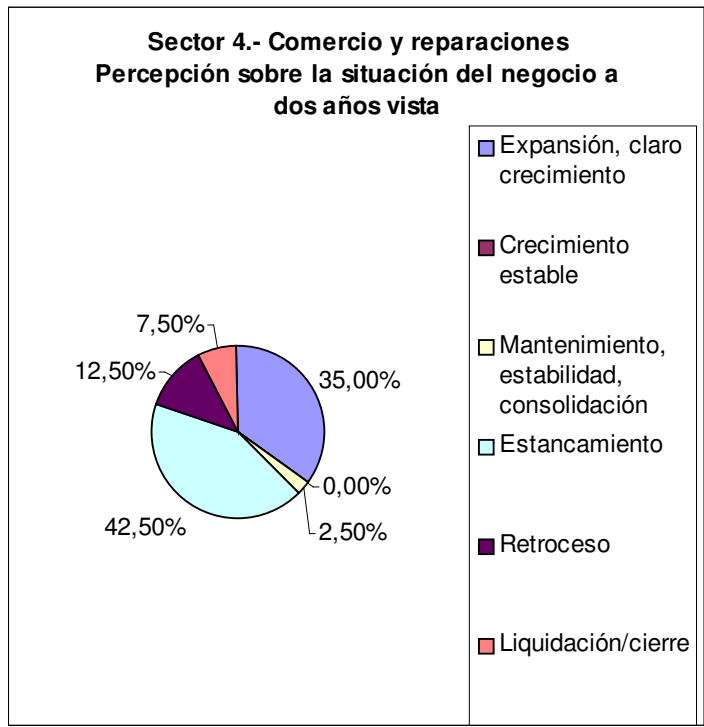
Régimen de tenencia del establecimiento		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Régimen de tenencia	Régimen de tenencia
Alquiler	60,00	57,50
Propiedad	30,00	39,00
Otros	5,00	1,50
ns/nc	5,00	2,00



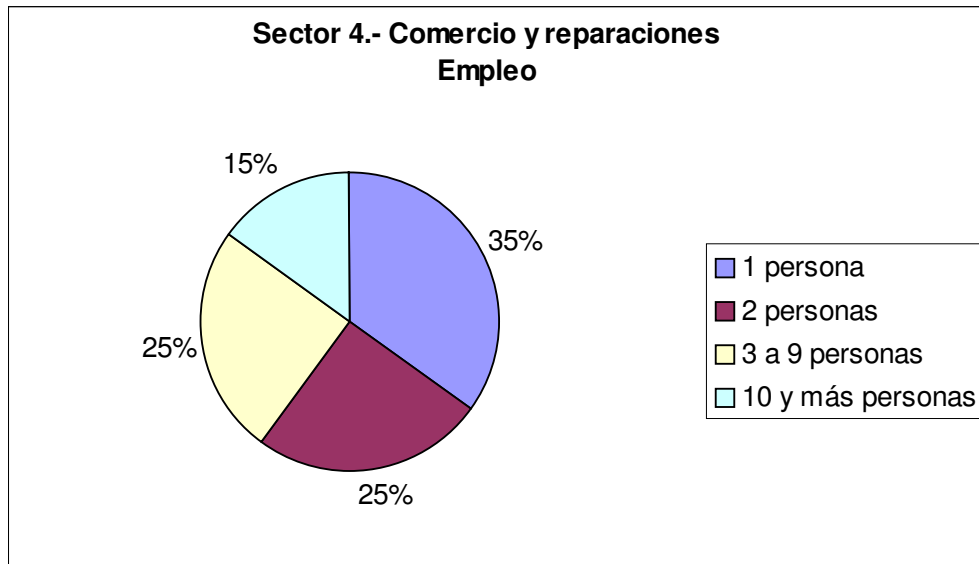
Percepción sobre la situación actual del negocio		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Situación actual del negocio	Situación actual del negocio
Expansión, claro crecimiento	22,50	42,00
Crecimiento estable	42,50	32,00
Mantenimiento, estabilidad, consolidación	2,50	6,50
Estancamiento	20,00	15,00
Retroceso	12,50	3,50
Liquidación/cierre	0,00	1,00



Percepción sobre la situación del negocio a dos años vista		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Situación actual del negocio	Situación actual del negocio
Expansión, claro crecimiento	35,90	27,45
Crecimiento estable	0,00	2,45
Mantenimiento, estabilidad, consolidación	2,56	1,96
Estancamiento	43,59	51,47
Retroceso	12,82	13,73
Liquidación/cierre	7,69	2,94



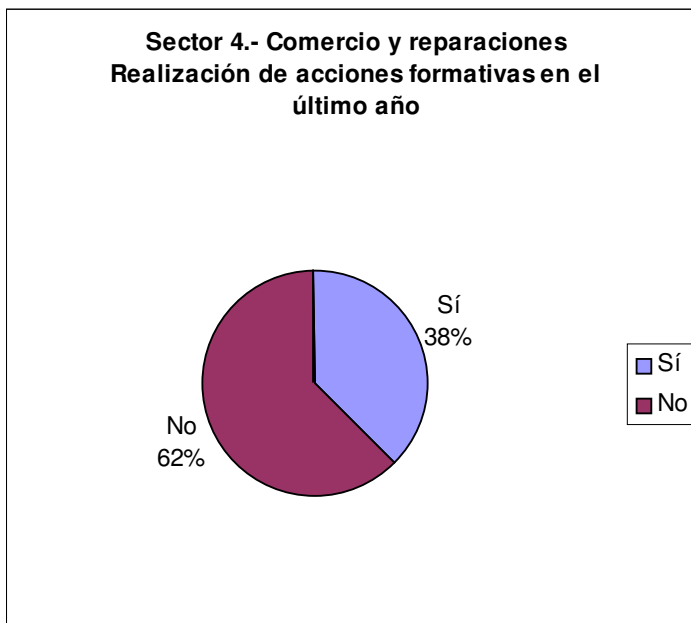
Sector 4.- Comercio y reparaciones	
Empleo	
1 persona	35%
2 personas	25%
3 a 9 personas	25%
10 y más personas	15%



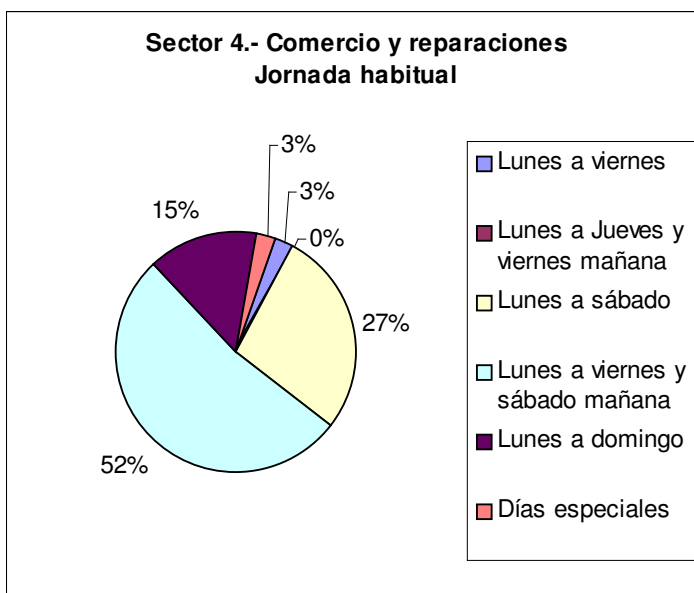
Previsión de contratación de empleados a corto o medio plazo		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Previsión de contratación de empleados a corto y medio plazo	Previsión de contratación de empleados a corto y medio plazo
Sí	30,00	47,00
No	70,00	51,50
ns/nc	0,00	1,50



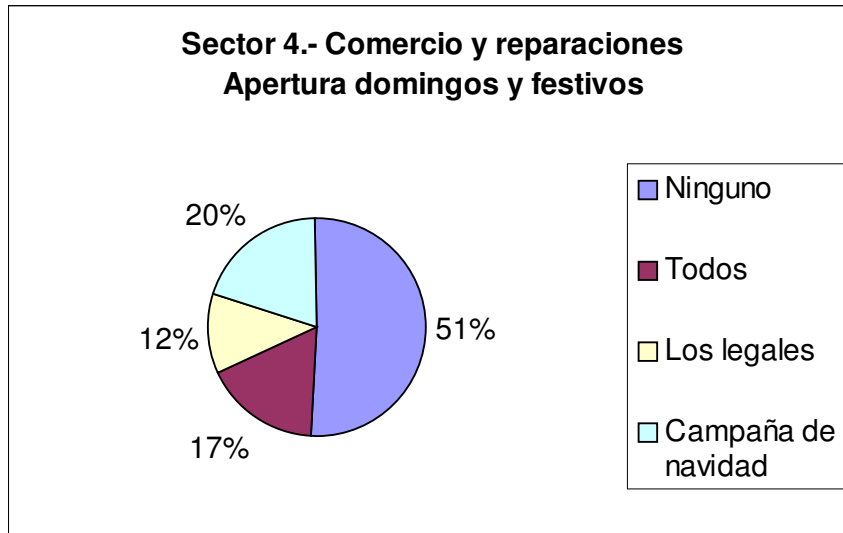
Realización de acciones formativas en el último año		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Realización de acciones formativas	Realización de acciones formativas
Sí	37,50	53,50
No	62,50	46,00
ns/nc	0,00	0,50



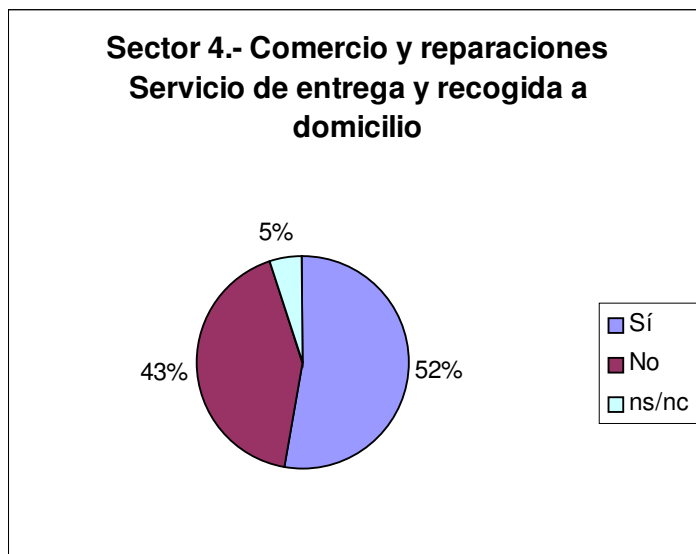
Jornada habitual de apertura del establecimiento		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Jornada habitual	Jornada habitual
Lunes a viernes	2,50	31,50
Lunes a Jueves y viernes mañana	0,00	16,50
Lunes a sábado	27,50	8,50
Lunes a viernes y sábado mañana	52,50	28,00
Lunes a domingo	15,00	10,00
Días especiales	2,50	5,50



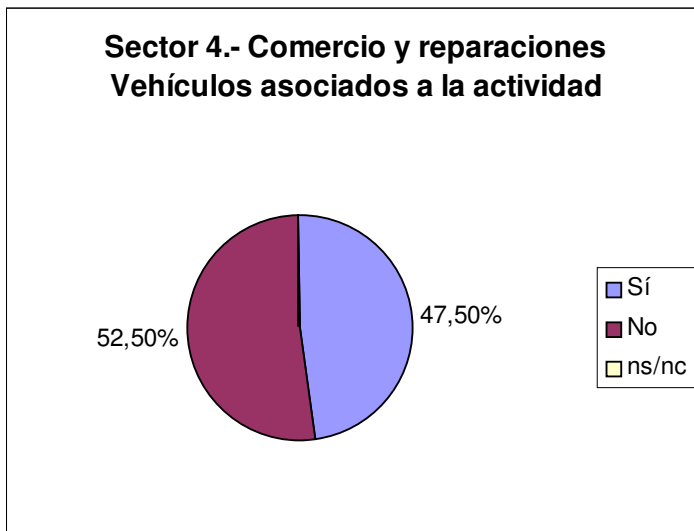
Apertura en domingos y festivos		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Apertura domingos y festivos	Apertura domingos y festivos
Ninguno	50,00	78,00
Todos	17,00	14,00
Los legales	12,00	3,00
Campaña de navidad	20,00	5,00



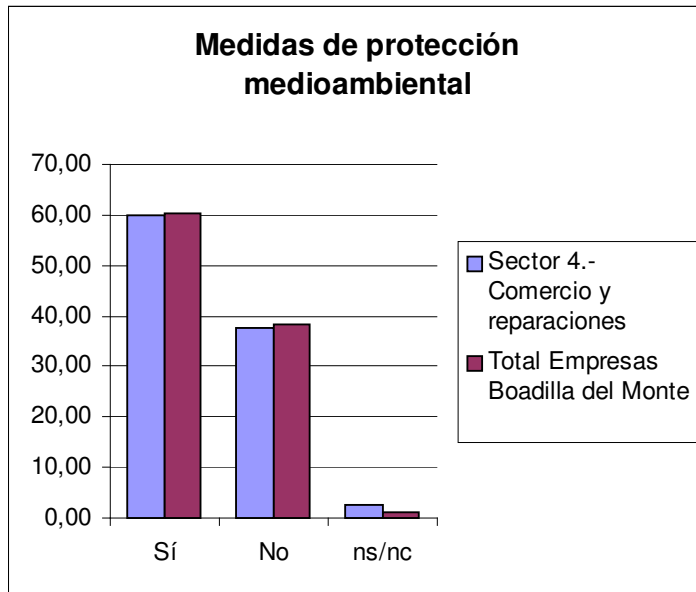
Servicio de entrega/recogida a domicilio		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Servicio de entrega/recogida a domicilio	Servicio de entrega/recogida a domicilio
Sí	52,50	24,00
No	42,50	20,50
No procede	0,00	51,00
ns/nc	5,00	4,50



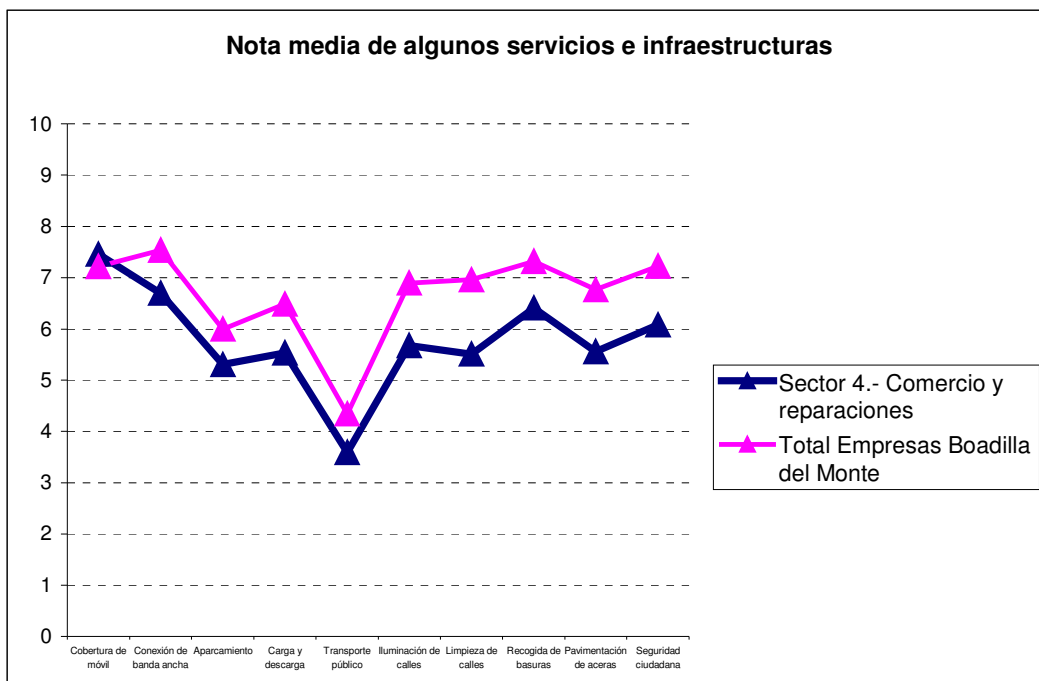
Vehículos asociados a la actividad		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
	Vehículos asociados a la actividad	Vehículos asociados a la actividad
Sí	47,50	57,00
No	52,50	42,00
ns/nc	0,00	1,00



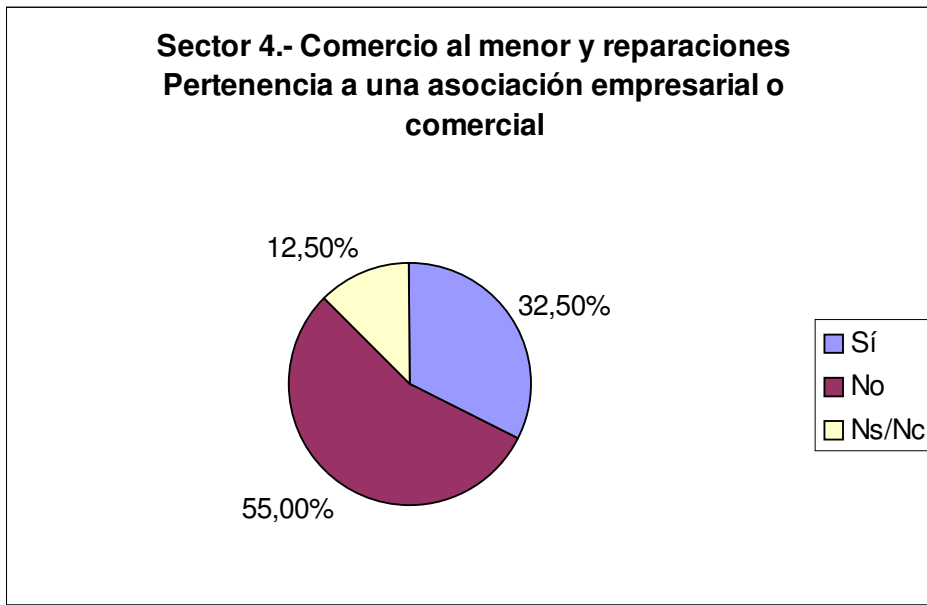
Adopción de medidas de protección medioambiental		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
Sí	60,00	60,50
No	37,50	38,50
ns/nc	2,50	1,00



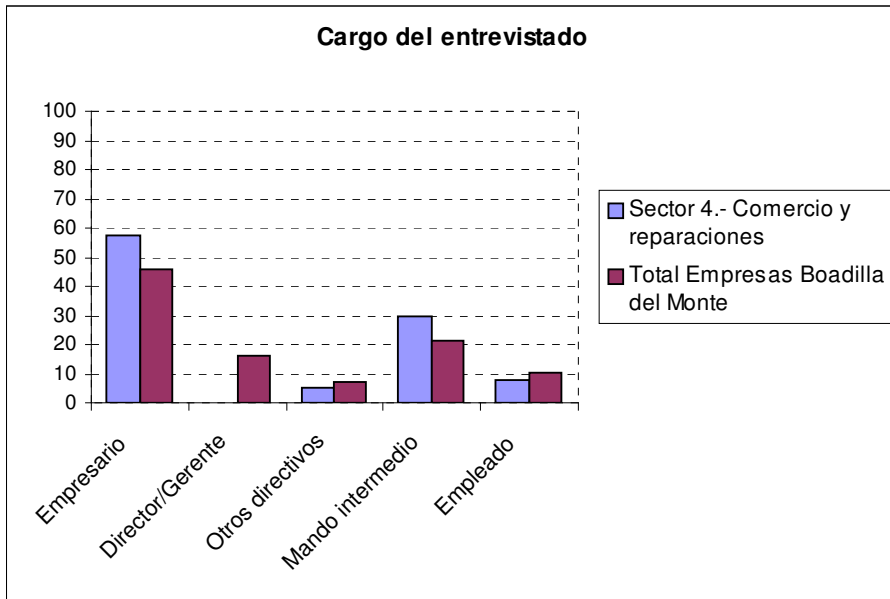
Nota media de algunos servicios e infraestructuras		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
Cobertura de móvil	7,46	7,22
Conexión de banda ancha	6,70	7,53
Aparcamiento	5,31	5,99
Carga y descarga	5,53	6,48
Transporte público	3,59	4,34
Iluminación de calles	5,68	6,90
Limpieza de calles	5,51	6,96
Recogida de basuras	6,41	7,32
Pavimentación de aceras	5,56	6,77
Seguridad ciudadana	6,08	7,22



Pertenenencia a una asociación empresarial o comercial		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
Sí	32,50	30,50
No	55,00	61,00
Ns/Nc	12,50	8,50



Cargo del entrevistado		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
Empresario	57,50	45,73
Director/Gerente	0,00	16,08
Otros directivos	5,00	7,04
Mando intermedio	30,00	21,61
Empleado	7,50	10,05



Procedimiento de acceso al puesto		
	Sector 4.- Comercio y reparaciones	Total Empresas Boadilla del Monte
Fundador	57,50	45,50
Negocio familiar	7,50	15,00
Proceso de selección	25,00	31,00
Promoción interna	10,00	7,50
Ns/nc	0,00	1,00