

9. CONCLUSIONES

9. RESUMEN Y CONCLUSIONES

En el presente Capítulo final, se sintetizan los principales resultados obtenidos del conjunto de la muestra, y en consonancia con ello, seguidamente se recogen las siguientes conclusiones:

- El sector de la **Hostelería** refleja un grado de modernidad en sus instalaciones más que aceptable, circunstancia que no sucede en el **Comercio** donde el grado de antigüedad es considerablemente mayor y, por tanto, más desfavorable.
- La estructura ocupacional tanto de la **Hostelería** como del **Comercio**, indica el reducido peso relativo de las ocupaciones “de gestión”, que contrasta con los todavía numerosos estratos manuales, hecho que se aleja de lo que definiría una estructura productiva de corte moderno.
- Casi la mitad de las empresas de **Hostelería** encuestadas (el 48,4%) tenían previsto incrementar el número de trabajadores a medio plazo, mientras que, por el contrario, en el **Comercio** para más de la mitad (el 53,2%) no entraba en sus planes proceder a un aumento de plantillas.
- De cara a la contratación de trabajadores, las empresas de **Hostelería** recurren en primer lugar a los contactos personales, siguiendo en orden de importancia los Centros de Formación Profesional. En el **Comercio**, también los contactos personales se sitúan en lugar preferente, pero el segundo lugar corresponde a los currículos en la empresa, desplazando, de esta manera, a los Centros de Formación que ahora se clasifican en el tercer puesto.
- Los denominados trabajadores polivalentes son los mayoritariamente preferidos, tanto en la **Hostelería** (62,5%) como en el **Comercio** (59,7%), frente a los trabajadores “especialistas” que muestran unos porcentajes de preferencia notoriamente inferiores a los citados.
- El 60,9% de las empresas entrevistadas de **Hostelería** opina que su personal “necesita más formación”, proporción que disminuye un poco al tratarse de la actividad del **Comercio** (54,8%); la necesidad se concreta principalmente para la **Hostelería** en el área de *producción* (40,6%) y para el **Comercio** en la *comercialización* (33,9%).
- En el sector de la **Hostelería**, la mayoría (34,4%) opina que la formación profesional impartida actualmente está “bien en la teoría, mal en la

práctica”. En el **Comercio**, las respuestas mayoritarias también se concentran en la cuestión antes citada, aunque en proporción algo inferior (27,4%).

- Casi dos tercios de las empresas del sector de **Hostelería** (el 62,5%) manifiestan que los trabajadores asistieron durante el último año a algún curso de formación; éste porcentaje es claramente inferior en el caso del **Comercio**, que sólo supone un 40,3% del total muestral, siendo superiores, por tanto, las empresas que expresan que su personal no ha realizado ningún curso a lo largo del último año.
- Más de la mitad (el 51,6%) de las empresas encuestadas de **Hostelería**, opinan que las prácticas de alumnos en las empresas son “buenas”; en el **Comercio** el índice de satisfacción es todavía superior al precedente, pues el porcentaje correspondiente alcanza un 62,9%.
- Las perspectivas empresariales han resultado francamente optimistas y favorables en los dos sectores de referencia. El 60,9% del colectivo encuestado en **Hostelería** señala que ve “bien” el futuro de su empresa, siendo éstas perspectivas menos halagüeñas en el **Comercio**, pero también dentro de un tono optimista, ya que casi la mitad (el 46,8%) perciben “bien” el devenir de su propio negocio.
- La opinión sobre las perspectivas del sector en los próximos años rebaja el clima favorable antes citado, sobretodo en la actividad del **Comercio**. No obstante, y por lo que hace referencia a la actividad de **Hostelería**, la mayoría de las opiniones son optimistas respectivamente a la evolución futura del sector, pero siempre y cuando se incida de modo importante en la implantación de sistemas de calidad, en la especialización de los negocios y la consecución de una adecuada formación del personal empleado. Las perspectivas a medio plazo del **Comercio** son, en conjunto, menos optimistas que en el sector hostelero, aunque, en todo caso, la práctica unanimidad de las opiniones, también relacionan el futuro de la actividad comercial con el logro de una adecuada especialización y la introducción del factor calidad en los negocios.