

2024

ESTUDIO DE MERCADO
INTERIM MANAGEMENT
EN ESPAÑA



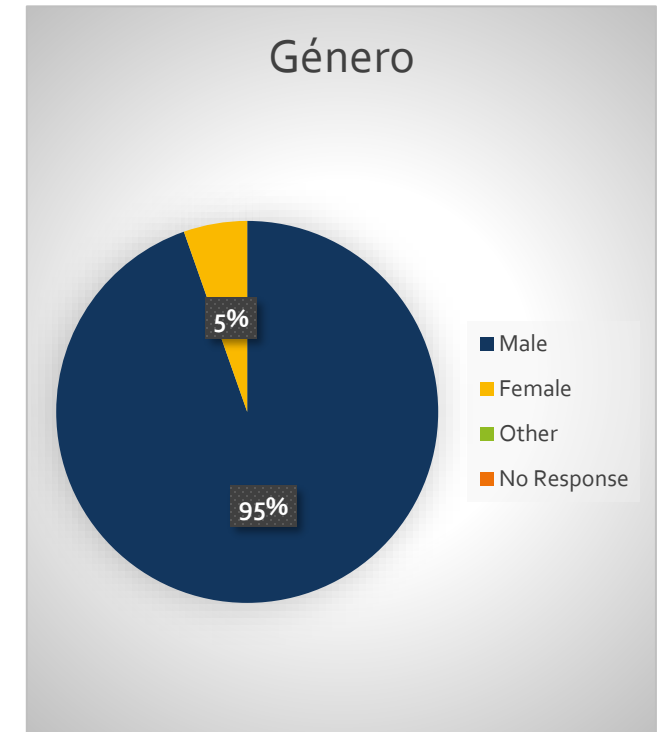
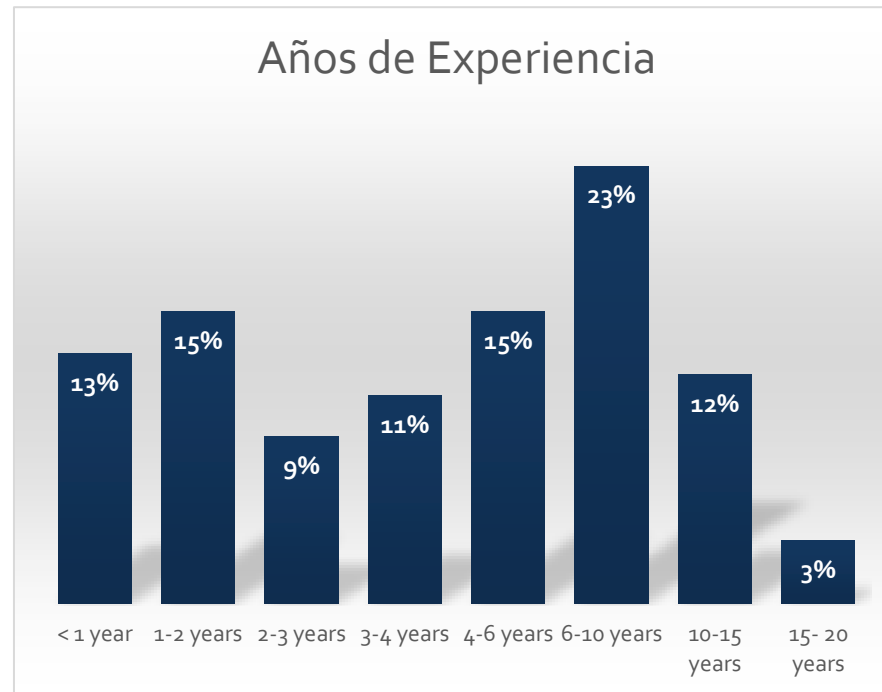
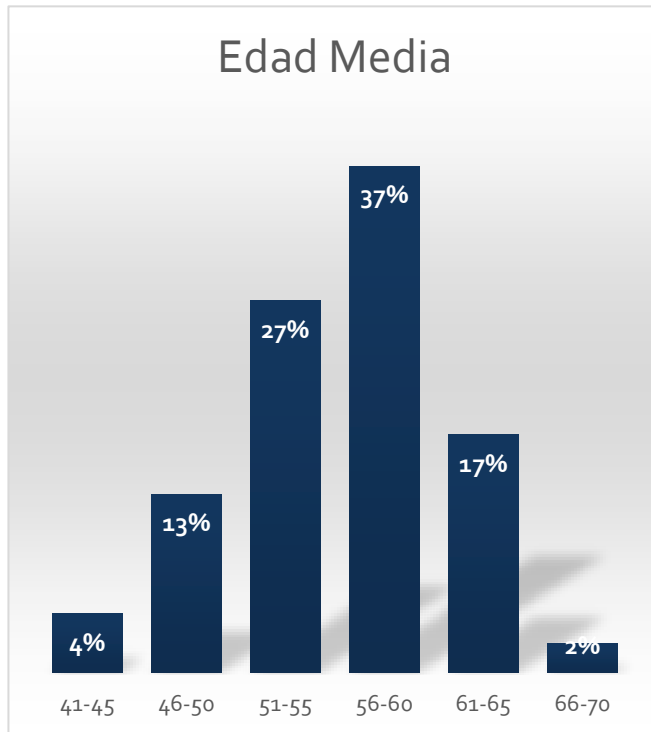
Realizado por la Asociación Interim Management España en colaboración con
International Network of Interim Managers Associations

- Interim España, la Asociación de Interim Management de España, es una iniciativa privada, socialmente responsable, promovida por personas y empresas sensibilizadas con el futuro profesional del talento directivo de nuestro país.
- La misión de Interim España es difundir el concepto de Interim Management como herramienta estratégica de dirección entre la sociedad, empresas e instituciones, así como representar y apoyar a sus asociados.
- Trabajamos para alinear a los profesionales dedicados al Interim Management bajo un objetivo común, reforzar nuestro perfil en el mercado y potenciar las relaciones con las instituciones para conseguir visibilidad y apoyo.

INTRODUCCIÓN

RESUMEN EJECUTIVO

- Un IM español es un hombre (95%), con una edad media de 55,8 años y menos de 6 años en el ejercicio de la profesión. La dirección general, las finanzas y las operaciones son sus principales áreas de especialidad. Emplea un 60% de su actividad profesional en misiones. La mitad declara estar desarrollando alguna misión actualmente.
- Presenta una percepción positiva del mercado del Interim Management y de su evolución.
- La tarifa media diaria se sitúa por encima de los 600€. Un 6% recibe honorarios diarios superiores a los 1000 €.
- Más de la mitad de los I.M obtienen sus misiones por sus propios medios. Desarrollan sus misiones en Pymes o empresas familiares, de menos de 100 trabajadores y menos de 20 MM € de facturación.
- Realizan sus misiones en España, con puestos de Nivel C, poca movilidad geográfica y proyectos de duración entre 11 meses - 24 meses.



DATOS DEMOGRÁFICOS

Según los datos de la encuesta, el perfil tipo de un Interim Manager en España es un hombre (95%), con una media de edad superior a los 50 años (63,50%) y con menos de 6 años en el ejercicio de la profesión (62,50%).

Un típico Interim Manager europeo es un hombre, con una edad media de 56,8 años y con más de 8,5 años de experiencia en el ámbito del Interim Management. La media europea femenina es del 14% frente a un 5% en España.

ESPECIALIDAD FUNCIONAL

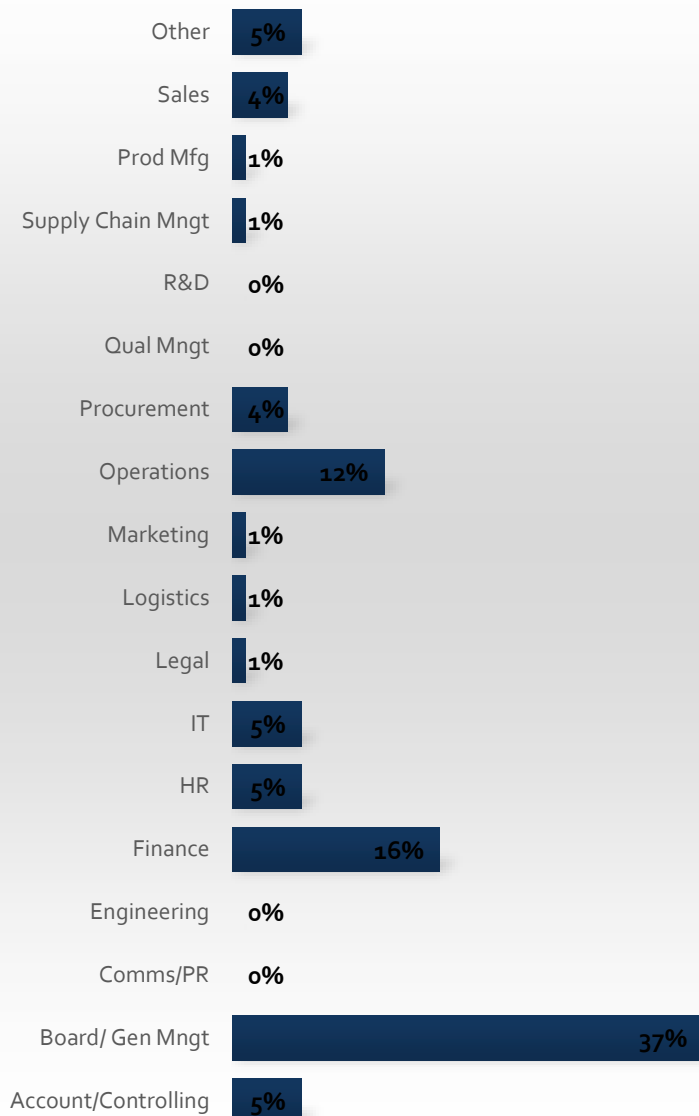
Como **primera especialidad**, más de un tercio de los encuestados realizan misiones de Dirección General.

Otro tercio está especializado en finanzas y operaciones. Idéntico resultado obtenido a la media europea.

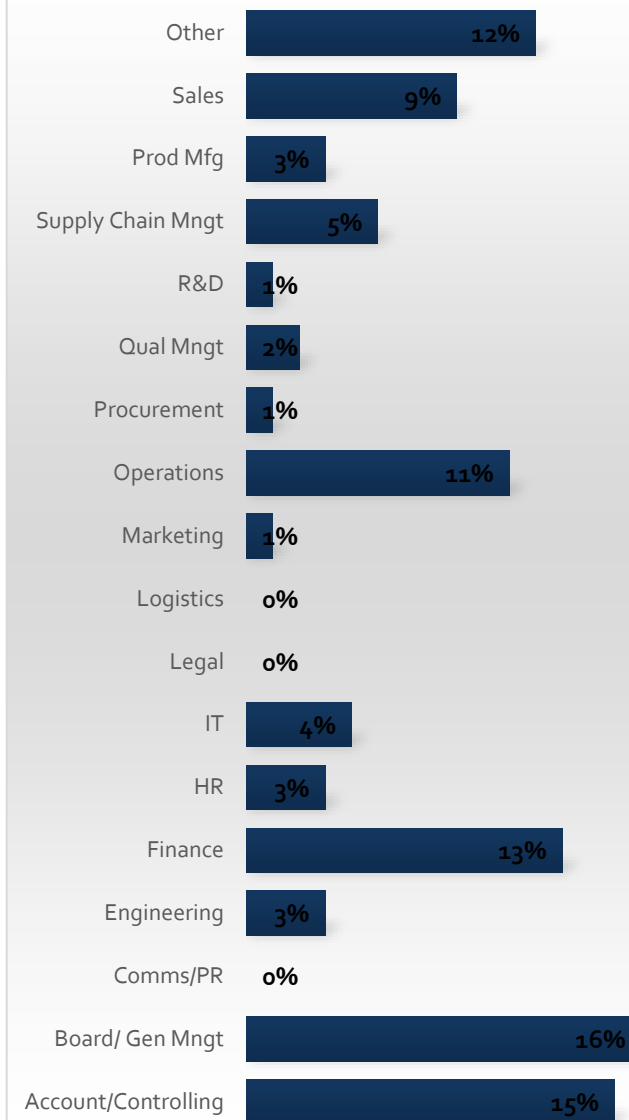
Otro grupo de especialidades funcionales presenta una gran segmentación en misiones de RRHH, IT, Contabilidad/Controlling o Compras.

Como **segunda especialidad**, los Interim españoles realizan sus misiones en la dirección general, finanzas, operaciones o ventas.

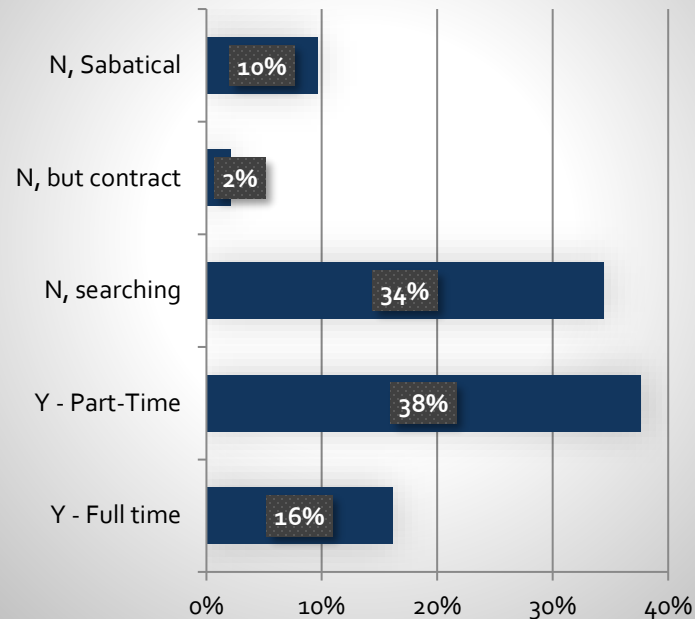
Principal Especialidad



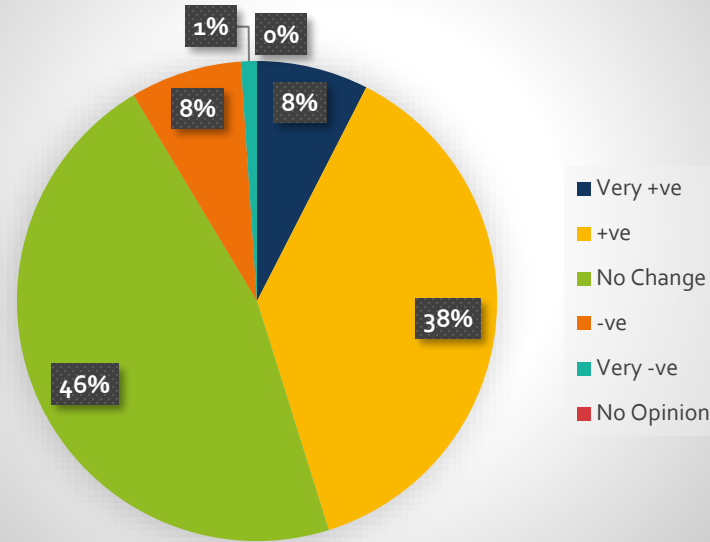
Segunda Especialidad



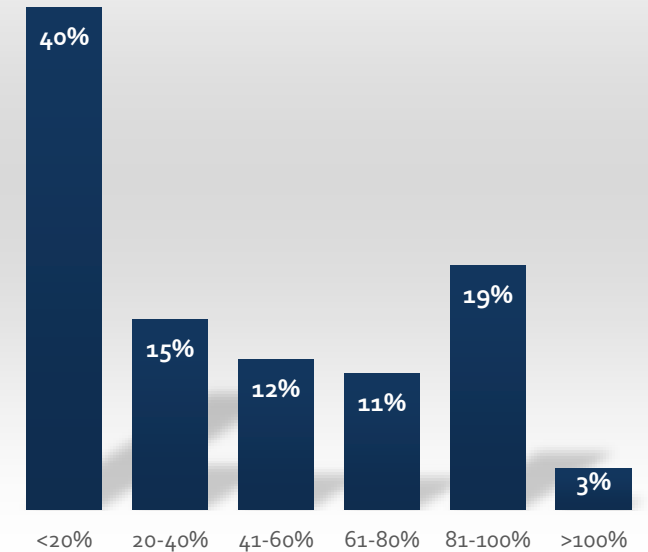
Realizando una misión actualmente



Desarrollo del mercado IM en el último año



Dedicación como IM en el último año



MERCADO Y DEDICACIÓN

- Dedicación: Un tercio ha dedicado más de un 60% de sus días activos a realizar misiones de Interim Management. Frente a un 40% que declara dedicar menos de un 20% a ejercer como I.M
- Realizando misiones: Más de la mitad de los I.M se encuentran realizando una misión actualmente, ya sea a tiempo completo o parcial. Un tercio de los encuestados está en búsqueda activa de misiones.
- Desarrollo mercado: El desarrollo del mercado de I.M durante el último año fiscal ha sido positivo (45%) o sin ningún cambio (46%) frente a un 9% que tiene una percepción negativa de la evolución del mercado.

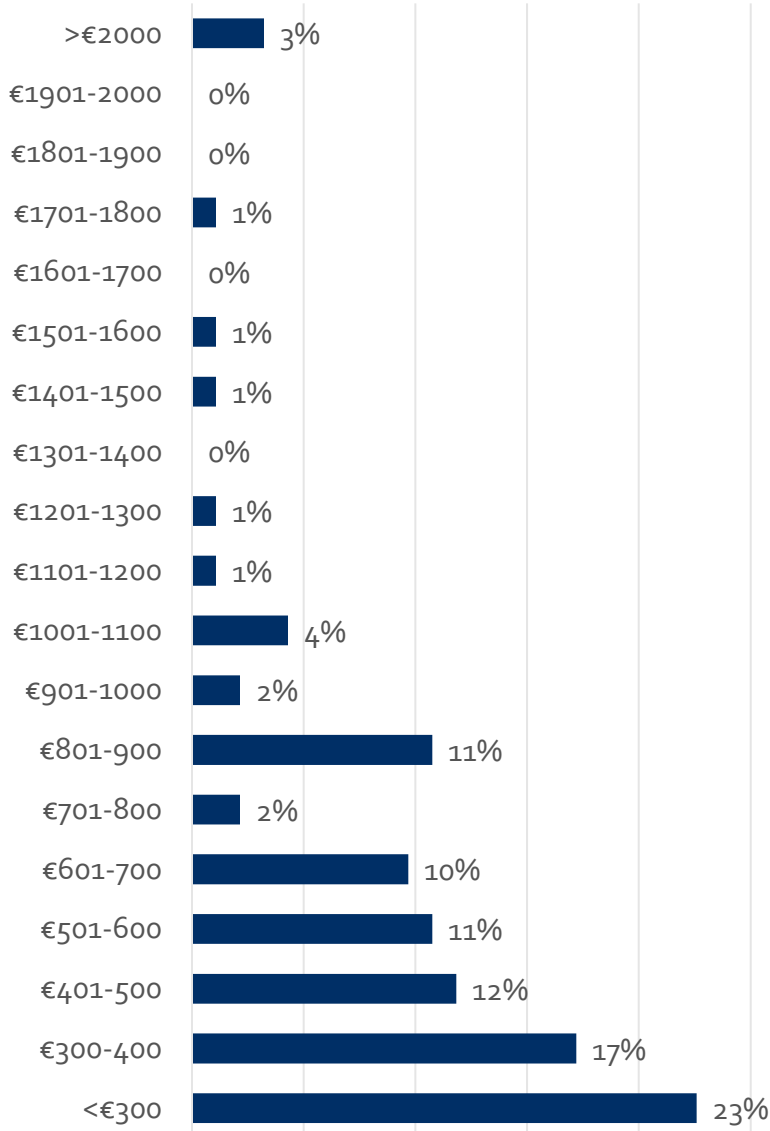
HONORARIOS

La tarifa media diaria para un 40% de los I.M se sitúa en la franja entre 300€-600€. Otro tercio de los encuestados manifiesta percibir una tarifa diaria entre los 600€-1000€. Un 20% declara facturar menos de 300€/diarios, frente a un 6% que percibe tarifas superiores a los 1000€/día.

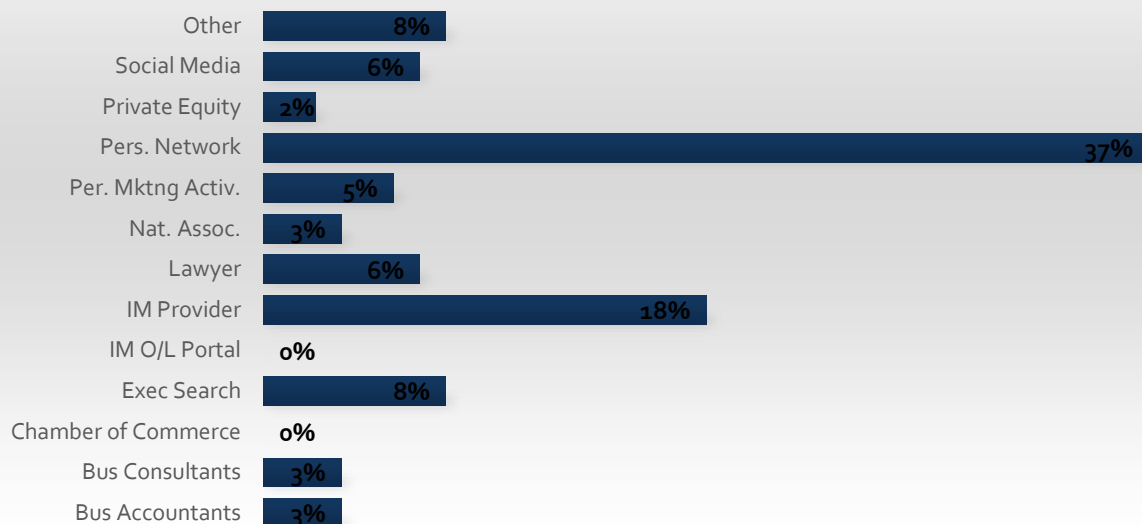
La tarifa media diaria europea aumentó en 2024. (+50€), situándose en 999€. Hay una amplia gama de tarifas diarias, en función de la diversidad de las economías nacionales, del tamaño de los clientes y de los sectores.

Un 72% opina que la presión sobre los honorarios diarios, durante los últimos seis meses (comparado con el año anterior) se mantiene estable, frente a un 26% que considera que la presión ha sido alta. Con relación a la presión sobre los honorarios diarios, durante los próximos seis meses, los I.M muestran la misma opinión, con los mismos porcentajes.

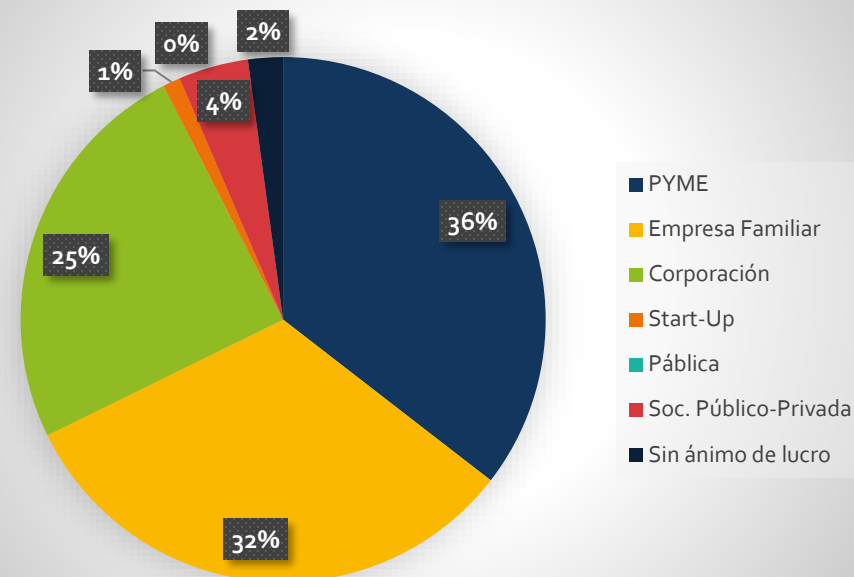
Tarifa diaria última misión



Canal de entrada de la última misión



Tipo de organización última misión

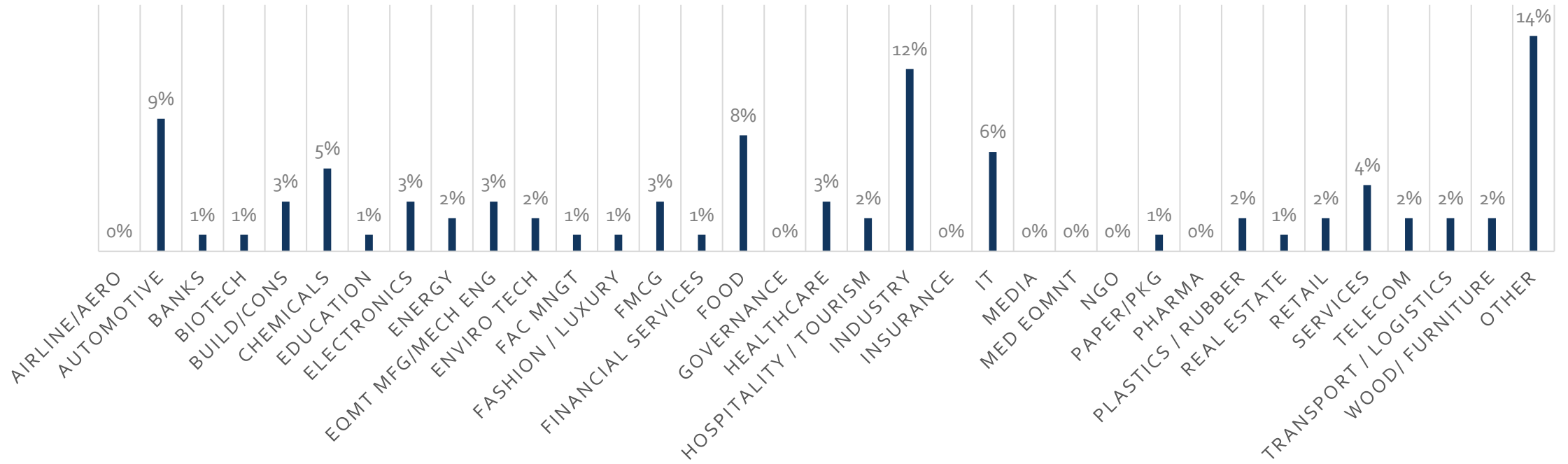


CANALES Y TIPOS DE ORGANIZACIÓN

Más de la mitad de los I.M obtienen sus misiones por sus propios medios: contactos, networking, mk personal, redes sociales, etc). Casi un 40% accede al mercado a través de compañías o profesionales externos (providers, headhunters, abogados, etc). Un 3% consigue misiones I.M por medio de AIME.

En toda Europa, los principales canales de venta siguieron siendo el networking y marketing personal (47%) y los Providers (32%). Las asociaciones canalizaron el 3% del mercado. Reflejo del tejido empresarial español, más de un tercio de los IM realizaron sus misiones en PYMES. Otro tercio declaró que trabajó para empresas familiares. Un 25% fue contratado por corporaciones o grandes empresas.

SECTOR EMPRESARIAL ÚLTIMA MISIÓN



SECTOR EMPRESARIAL

Hay una gran dispersión y variedad de sectores, más de un 40% de las misiones estuvieron agrupadas en el sector industrial (automoción, química, alimentación, plástico, bienes de equipo, etc.). Un 6,5% realizó misiones en el sector de las nuevas tecnologías, seguido por un 4% dedicado a los servicios. Los I.M realizan misiones en todos los sectores de la economía española.

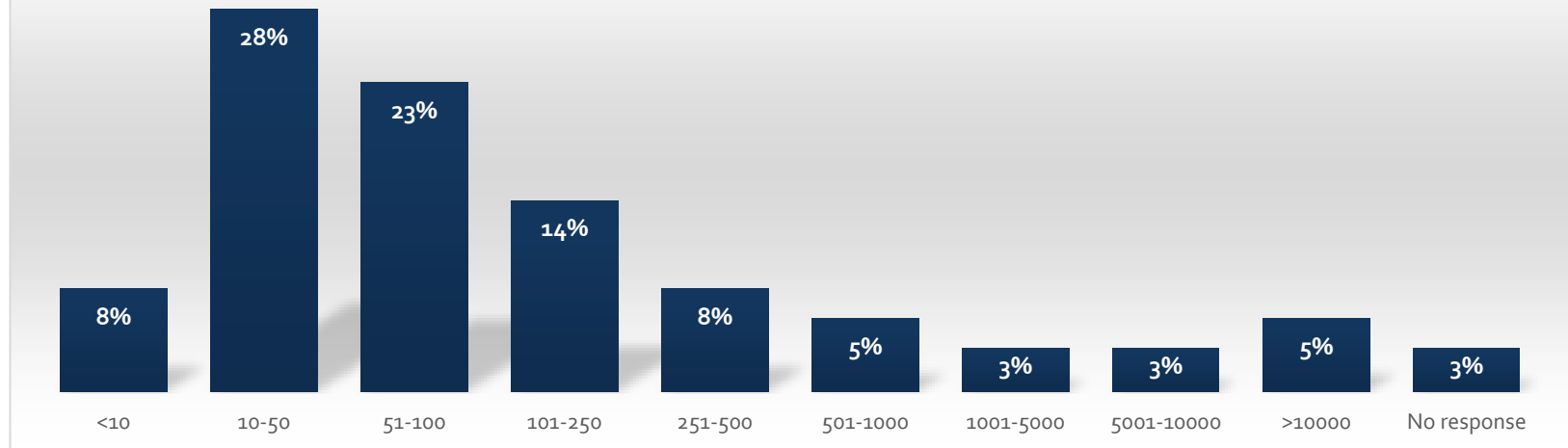
En Europa, los sectores con más misiones fueron la fabricación de bienes y equipos, industria, automoción, salud y T.I.

TAMAÑO COMPAÑÍAS

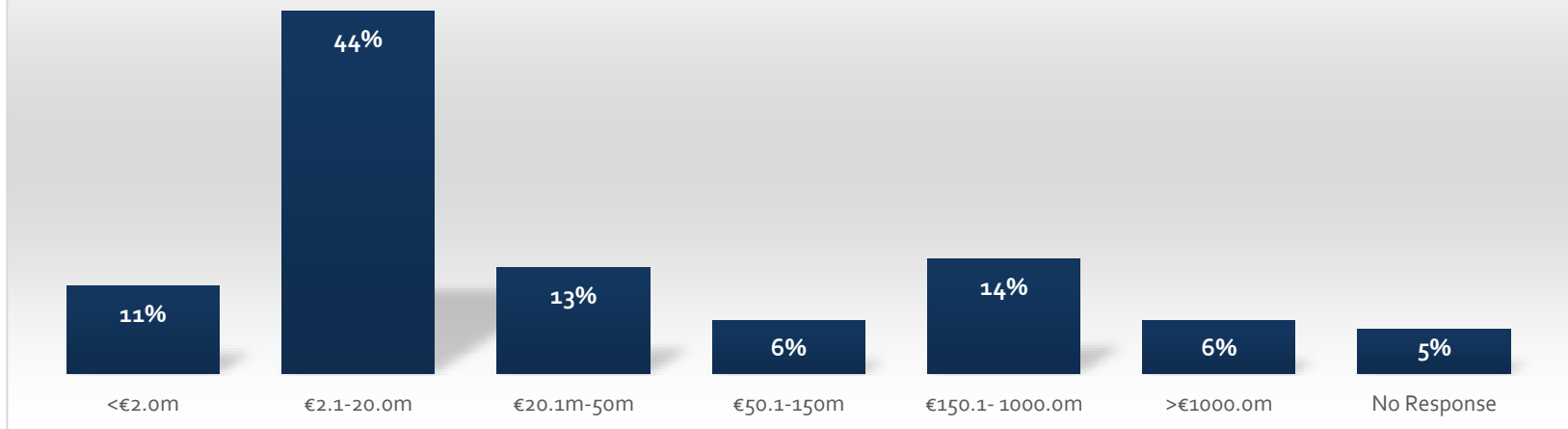
Por número de empleados, más de la mitad de los IM realizaron sus misiones en empresas de menos de 100 empleados (Pymes), frente a 17% que trabajó para compañías de más de 1000 empleados.

La mitad de los IM fueron contratados por empresas con una facturación inferior a 20 MM €. Solo un 6% trabajó para compañías con un volumen de negocio superior a los 1000 MM €.

N ° Empleados empresa última misión



Volumen de negocio empresa última misión



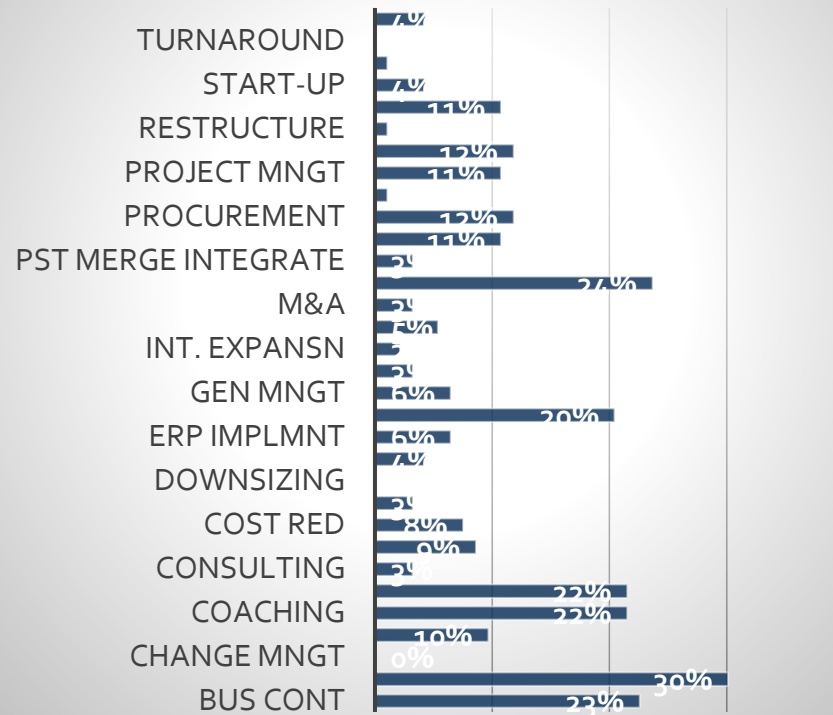
NIVELY MOTIVOS

Un 60% de los encuestados ha ocupado, durante sus misiones, puestos directivos de nivel C (CEO, CCO, CFO, COO,etc), igual que la media europea. Un 14% ha formado parte de los consejos asesores de esas compañías.

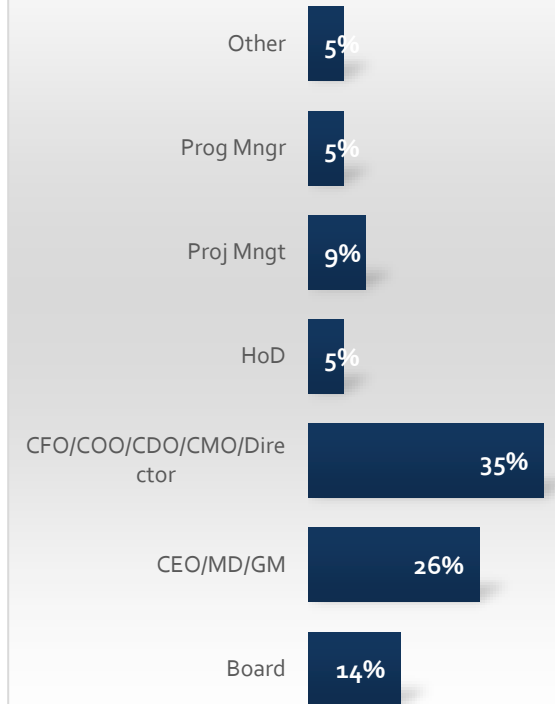
Entre un 20%-30% declaran que fueron contratados para realizar misiones relacionadas con la estrategia de la empresa (desarrollo negocio, gestión del cambio, optimización, consultoría, etc) o con la dirección general.

Para un 10%, el motivo de su contratación estuvo relacionado con labores de coaching, sucesión de empresa, mejora de beneficios, gestión de proyectos, sucesión familiar, etc).

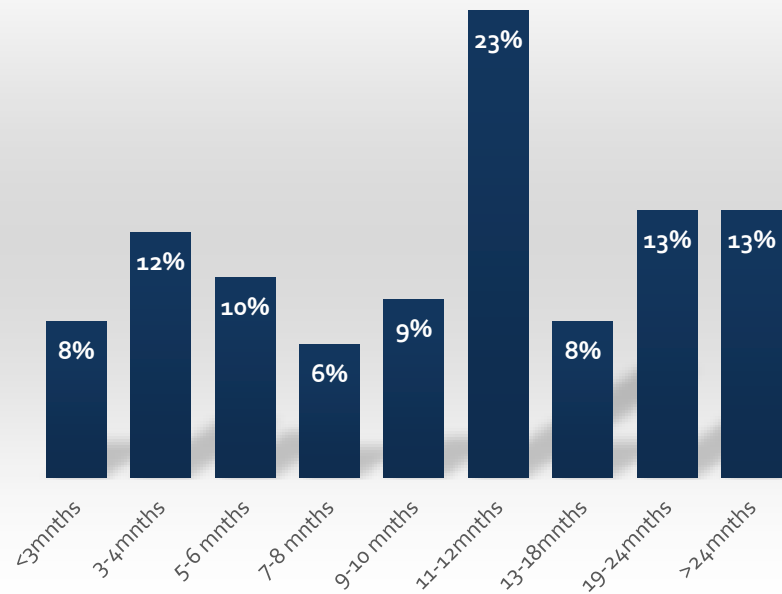
Motivo contratación última misión



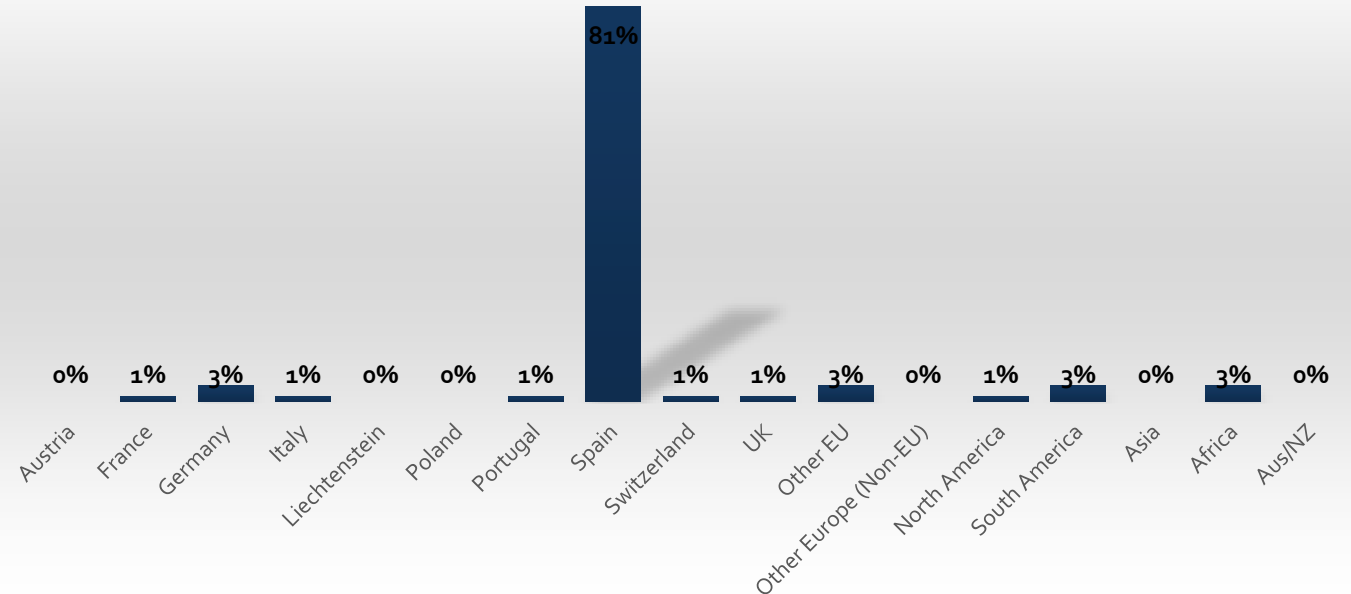
Nivel directivo última misión



Duración de la última misión



País de la última misión

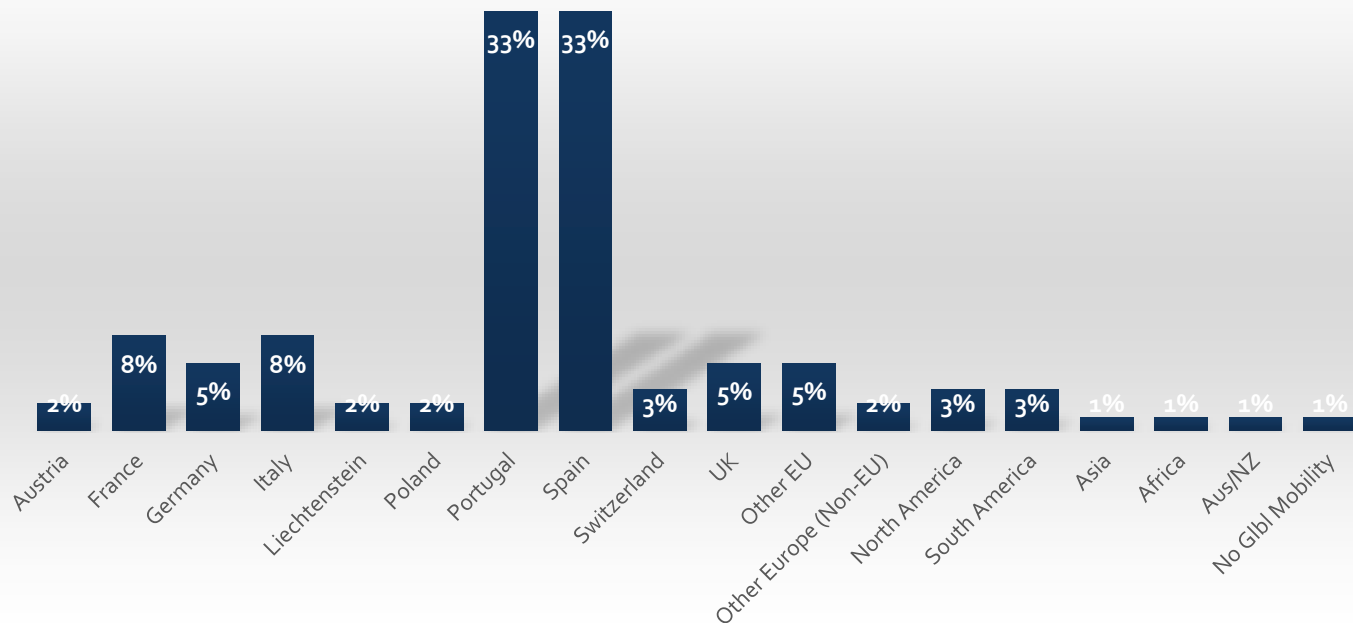


DURACIÓN Y PAÍS

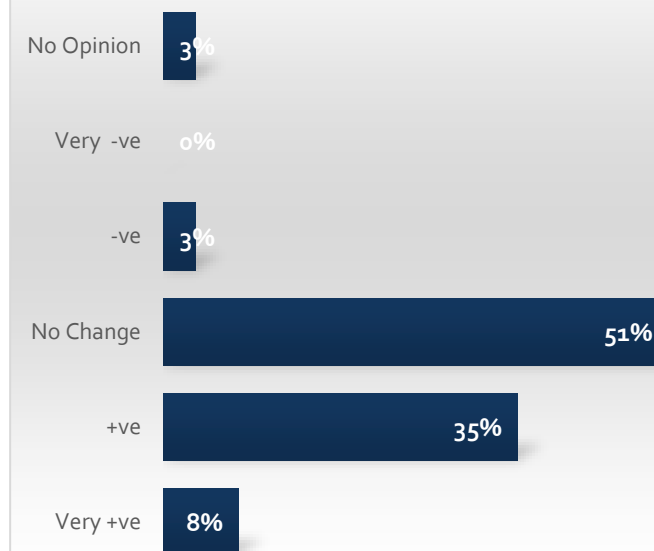
Un 40% de los IM entrevistados ejecuta misiones con una duración entre 11 meses-24 meses. Un 13% realizada proyectos superiores a los dos años, mientras que un 7,5% tiene encargos con duración inferior a los 3 meses.

La duración media de una misión en Europa fue de 11,5 meses, casi sin cambios respecto al año pasado. El 90% de los IM realizan sus misiones en España o en Europa (10%). Una minoría tiene proyectos en Norte América (1,1%), África (4,3%) o Asia (4,3%).

Movilidad global para una nueva misión



Desarrollo mercado IM próximo año



MOVILIDAD Y PERSPECTIVAS

Los IM de la muestra, por amplia mayoría (90%), desean realizar sus misiones en España. Un 40%, en Portugal. Francia, Alemania, Italia o Gran Bretaña son los siguientes países elegidos por alrededor del 20%. En América, un 15% desarrollaría proyectos. África (6,5%) o Asia (4,3%) frente a un 9% que no desea tener movilidad global.

Un 42% califica el desarrollo del Interim Management este próximo año fiscal como positivo, mientras que un 50% opina que no habrá cambios. Solamente un 3% tiene una percepción negativa de la evolución del IM.

2024

ESTUDIO DE MERCADO
INTERIM MANAGEMENT
EN ESPAÑA



www.interimspain.org

info@interimspain.org



www.inima.management

Realizado por la Asociación Interim Management España en colaboración con
International Network of Interim Managers Associations