

INSTRUMENTO 3: ENCUESTA DE NEGOCIOS.

Este instrumento nos permite identificar cómo el sector empresarial percibe su posición en la sostenibilidad y viabilidad comunitarias. Con este objeto, nos entrevistamos con 14 de los 81 negocios censados en el año 2002 en el municipio de Serrada (según los datos del Impuesto de Actividades Económicas municipal). Es decir, contamos con la opinión del 14'7 % de las empresas existentes, cifra representativa que nos permite sacar algunas conclusiones. En todo momento se buscó que existiese la opinión tanto de industria como de comercio, y tanto de pequeños como de grandes negocios. En este sentido se encuestó a:

- Un taller de venta y reparación de maquinaria agrícola.
- Tres bares.
- Tres tiendas de alimentación.
- Dos entidades financieras.
- Un quiosco.
- Un estanco.
- Una fábrica de muebles.
- Una industria bodeguera.
- Una fábrica de elaboración de quesos.

Las encuestas fueron realizadas los días 1 y 2 de Julio por dos encuestadores, que se acercaron a diferentes negocios del municipio para obtener la respuesta de sus propietarios. La disponibilidad de los comerciantes y empresarios fue casi absoluta en la medida en que casi ningún negocio se negó a colaborar con la actividad.

El instrumento constaba de múltiples preguntas de diversa índole. Las respuestas obtenidas han sido representadas gráficamente al final del presente instrumento (gráficos 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6). Por ello, a la vez que se leen las conclusiones obtenidas, conviene echar un vistazo a los gráficos para obtener una visión completa de las diferentes cuestiones.

Por lo que se refiere al análisis de los resultados de la encuesta, y con el objeto de facilitar el mismo, hemos agrupado la información en las siguientes cuestiones:

1. **¿Está bien preparada la comunidad empresarial para afrontar los cambios tecnológicos?.**
 2. **¿Cuál es la proporción de empresas a largo plazo y nuevas empresas en la comunidad?.**
 3. **¿ Existe un compromiso para la inversión en la construcción de la comunidad a través del patrocinio, aprendizaje, experiencia laboral, campañas de “compra local”.**
 4. **¿Están las empresas locales apoyadas por la comunidad?.**
 5. **¿Cómo puede el social capital ser reforzado a través de conexiones, colaboraciones, alianzas, etc...?**
1. ¿Está bien preparada la comunidad empresarial para afrontar los cambios tecnológicos?.

Las cuestiones que nos permiten responder a este aspecto quedan reflejadas en la siguiente tabla:

		Yes	No
Q2.	¿Existe un lugar en su empresa para las tecnologías de la información?	64'3%	35'7%
Q2a.	Facilidades	92'9%	8'2%
Q2b.	Tarjetas bancarias/tarjetas de crédito	42'8%	58'2%
Q2c.	Banca electrónica para nuestras necesidades empresariales	21'4%	78'6%
Q2d.	Sistema de nóminas electrónico	28'6%	71'4%
Q2e.	Hojas de cálculo y tratamiento de texto	42'8%	58'2%
Q2f.	Software para el control de inventario y almacén	35'7%	64'3%
Q2g.	Paquetes de software comercial	35'7%	64'3%
Q2h.	Software específico industrial	21'4%	78'6%
Q2i.	Dirección de Internet y página Web	28'6%	71'4%
Q2j.	Dirección de correo electrónico	28'6%	71'4%
Q2k.	Catálogo online/facilidad de compra	28'6%	71'4%
Q2l.	Usamos tecnologías industriales específicas	35'7%	64'3%

Realizadas las encuestas, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- En términos generales las cifras nos muestran que la capacidad tecnológica del tejido empresarial es baja o muy baja, aunque se aprecia una clara dicotomía entre las empresas más importantes (bodega o fábrica de muebles por ejemplo) que utilizan y aprovechan las tecnologías existentes en el mercado, y los negocios de menor tamaño (alimentación, bares, etc.) cuyo “carácter tecnológico” o es prácticamente inexistente o se plasma en elementos muy básicos. Las cifras nos señalan que el 64'3 % de los negocios tienen un lugar en su empresa para las tecnologías de la información (Q 2).

El tipo de tecnología del que utilizan los entrevistados sería el siguiente:

- El 92'9% utiliza las facilidades de punto de venta como tecnología (Q 2a).
- El 58'2% utiliza las tarjetas bancarias/tarjetas de crédito (Q 2b).
- El 78'6% utiliza la banca electrónica para sus necesidades empresariales (Q 2c).
- El 71'4% utiliza los sistemas de nómina electrónico (Q 2d).
- El 58'2% utiliza las hojas de cálculo y de tratamiento de texto (Q 2e).
- El 64'3% utiliza un software para control de inventario y almacén (Q 2f).
- El 64'3% utiliza paquetes de software comercial (Q 2g).
- El 78'6% utiliza un software específico industrial (Q 2h).
- El 71'4% utiliza una dirección de Internet y página web (Q 2i).
- El 71'4% utiliza una dirección de correo electrónico (Q 2j).

- El 71'4% utiliza un catálogo online/facilidad de compra (Q 2k).
- El 64'3% utiliza tecnologías industriales específicas (Q 2l).

Expuestos estos datos, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- Por ello, se muestra necesaria una sensibilización y una tutorización al pequeño y muy pequeño comerciante o empresario sobre la utilización y ayudas para la adquisición de nuevas tecnologías. En el caso de que no existan iniciativas de este tipo deberían comenzar a surgir, y si ya existen deberían continuar o profundizar en sus ideas.
- No cabe duda de que, a día de hoy, las tres o cuatro empresas más competitivas e importantes del municipio se encuentran muy bien preparadas y tienen capacidad para afrontar cambios tecnológicos. Pero la mayoría del tejido empresarial ya a día de hoy se encuentra “perdido” tecnológicamente hablando, lo cual afecta en algunos casos seriamente a su rentabilidad presente, y por añadidura a su estabilidad ante cambios futuros.

2. ¿Cuál es la proporción de empresas a largo plazo y nuevas empresas en la comunidad?

- En la actualidad no se aprecia en Serrada la aparición de nuevas empresas. De hecho, en la encuesta el negocio más joven lo constituye un pequeño comercio (bar) inaugurado hace 5 años. Si completamos los datos a través del análisis de empresas surgidas en el último año, tan sólo encontraríamos una bodega que en la actualidad todavía está en proceso de puesta a punto.
- Estos datos muestran la inexistencia de una densificación empresarial. El tejido existente sigue asentado sobre una base de pequeños y muy pequeños comercios y talleres y una cúspide de tres-cuatro importantes industrias.
- A largo plazo la situación probable es la siguiente. por un lado, la “cúspide” empresarial continuará sustentando económicamente al municipio puesto que se trata de empresas competitivas, organizadas y muy bien relacionadas. Por otra parte, el conjunto de pequeños comercios continuarán perdiendo competitividad, aunque no peligrará en líneas generales su existencia, puesto que en la mayor parte de los casos se trata de pequeños comercios cuyas necesidades tecnológicas son importantes pero no imprescindibles (bares, alimentación, etc.).

3. ¿ Existe un compromiso para la inversión en la construcción de la comunidad a través del patrocinio, aprendizaje, experiencia laboral, campañas de “comprar local”.

Las cuestiones que nos permiten responder a este aspecto quedan reflejadas en la siguiente tabla:

	Sí	No
Q1h. Patrocinamos varias actividades locales	57'7%	42'9%
Q1i. Patrocinamos una actividad local principal	71'4%	28'6%
Q1j. Contratamos aprendices	21'4%	78'6%
Q1k. Participamos en programas de experiencia laboral	28'6%	71'4%

	Sí, totalmente de acuerdo	Sí, pero no totalmente de acuerdo	De alguna manera, pero necesita atención para ser total	En absoluto, en desacuerdo	No sabe
Q4d. Tenemos una estrategia de “compra local”	28'5%	7'1%	42'1%	7'1%	7'1%
Q4f. La comunidad está abierta a actividades económicas alternativas.	21'4%	14'3%	50%	-	14'3%

Realizadas las encuestas, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- A excepción del patrocinio de actividades lúdico-culturales, no existe un compromiso para la inversión en la comunidad a través de aprendizajes, campañas de experiencia laboral o de “compra local”, etc. De este modo sólo el 21'4% de los encuestados contrata aprendices (Q 1j), sólo un 28'6% participa en programas de experiencia laboral (Q 1k), y sólo un 35'6% tiene una estrategia de compra local.
- Es decir, si que existe un compromiso de carácter más o menos social (el 57'7% de los encuestados patrocina alguna actividad local (Q 1h) y un 71'4% una actividad local principal (Q 1i), y de apoyo a actos sobre todo festivos, pero no un compromiso más económico que fomente la inserción laboral o la colaboración entre empresas.
- Por ello se muestra necesario trabajar en el fomento de actividades como las señaladas, cuyos beneficios serían extensibles no ya sólo al conjunto de la comunidad sino a los propios de cada empresa.

4. ¿Están las empresas locales apoyadas por la comunidad?

Las cuestiones que nos permiten responder a este aspecto quedan reflejadas en la siguiente tabla:

		Completamente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Completamente en desacuerdo	No sabe
Q5 a.	Existe un espíritu de asistencia y cooperación mutuas	35'7%	14'3%	7'1%	35'7%	7'1%
Q5c.	Las reuniones sobre cuestiones importantes en la comunidad se anuncian y son abiertas al público	35'7%	14'3%	14'3%	21'4%	14'3%
Q5e.	Existe una relación intensa de trabajo entre el Ayuntamiento y la comunidad empresarial	35'7%	7'1%	21'4%	28'6%	7'1%
Q5f.	El Ayuntamiento representa y equilibra las necesidades locales	35'7%	21'4%	21'4%	21'4%	-

Realizadas las encuestas, podemos extraer las siguientes conclusiones:

- Se aprecia un distanciamiento entre el tejido empresarial y el resto de la comunidad. De este modo, sólo el 50% cree que existe un espíritu de cooperación y asistencia mutua y que las reuniones son anunciadas y abiertas al público (Q 5ª y Q 5c), sólo el 42'8% considera que existe una relación de trabajo entre el ayuntamiento y la comunidad (Q 5e), y un 57'1% que el ayuntamiento representa y equilibra las necesidades locales (Q 5f).
- Este es un problema que necesita ser solucionado lo antes posible. Si bien una parte consideran aceptables estas relaciones, otra proporción casi similar las considera insuficientes.
- Esta discrepancia muestra la necesidad de trabajar por un acercamiento entre la comunidad, las empresas y el ayuntamiento. Todos estos elementos forman parte de un mismo sistema que crearía una cultura de diálogo y colaboración que revertiría en beneficio de todos. Nos consta que se está trabajando en este aspecto (creación de Asociación de Empresarios por iniciativa del ayuntamiento, por ejemplo), pero los esfuerzos en este sentido deben ser redoblados.

5. ¿Cómo puede el social capital ser reforzado a través de conexiones, colaboraciones, alianzas, etc.?

Las cuestiones que nos permiten responder a este aspecto quedan reflejadas en la siguiente tabla:

	Sí, totalmente de acuerdo	Sí, pero no totalmente de acuerdo	De alguna manera, pero necesita atención para ser total	En absoluto, en desacuerdo	No sabe
Q4b. Conocemos qué empresas tienen conexión con centros grandes.	28'6%	14'3%	28'6%	28'6%	-
Q4d. Tenemos una estrategia de "compra local"	28'6%	7'1%	42'1%	7'1%	7'1%
Q4e. Trabajamos juntos para promocionar los beneficios de la "compra local"	21'4%	14'3%	50%	-	14'3%
Q4h. El sector empresarial es optimista de cara al futuro	21'4%	28'6%	28'6%	21'4%	-
Q4i. Las empresas trabajan juntas para aprovechar las oportunidades para el futuro	14'3%	21'4%	50%	14'3%	-

Expuestos estos datos, podemos extraer las siguientes conclusiones:

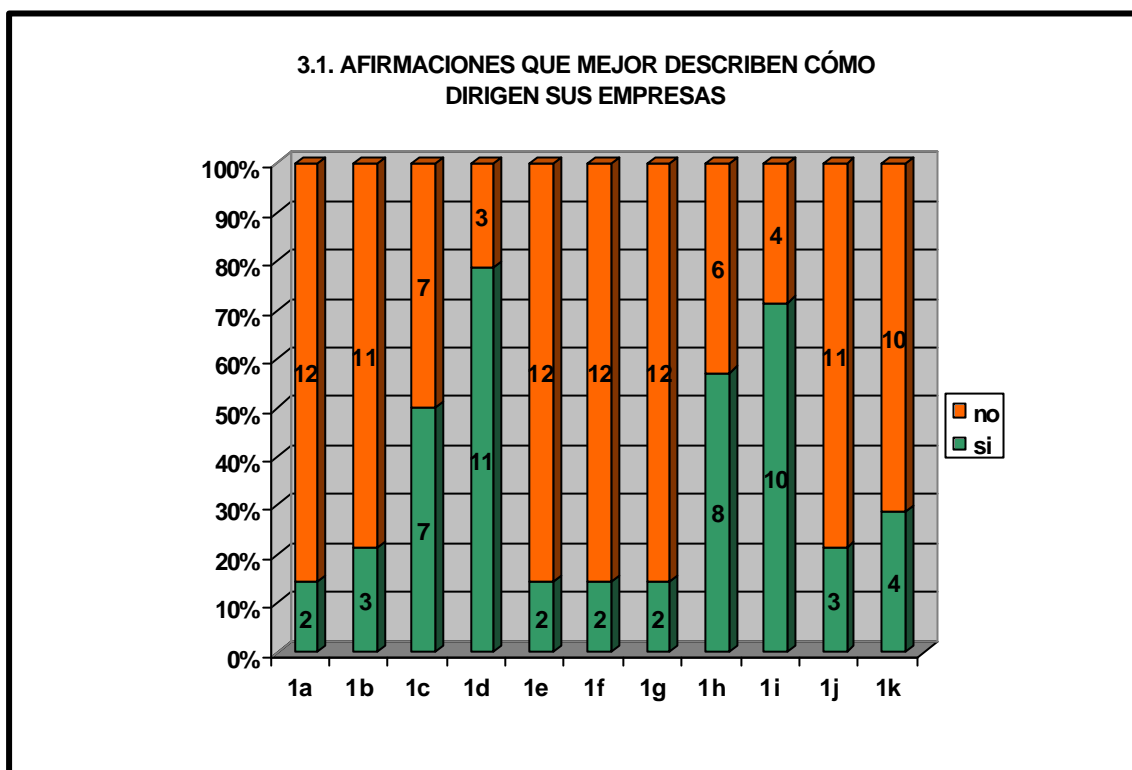
- La colaboración interempresarial brilla por su ausencia a la luz de las encuestas efectuadas, aspecto que es necesario subsanar. De este modo sólo el 35'7% de los entrevistados considera que se trabaja en conjunto para promocionar los beneficios de la "compra local" (Q 4e), sólo el 50% que se promociona el servicio de usuarios (Q 4h) y sólo el 35'7% que las empresas trabajan juntas para aprovechar oportunidades de futuro (Q 4i).
- Los mayores perjudicados por esta situación son los pequeños comercios, en los cuales una colaboración del tipo "compra local" (iniciativa quizás no extrapolable a un municipio de tan reducidas dimensiones) o simplemente una serie de acuerdos o de iniciativas concretas conjuntas podría incrementar los beneficios. Es necesario inculcarles la idea de que no se trata tanto de coger la porción más grande posible del pastel como de hacer en primer lugar la tarta lo más grande posible.
- Las empresas más importantes pueden vivir al margen de esta colaboración, puesto que su competitividad no está mediatizada por la falta de colaboración. Pero como

elementos económicos motrices deben comprometerse en el desarrollo de la comunidad, dar ejemplo interno y dar imagen al exterior.

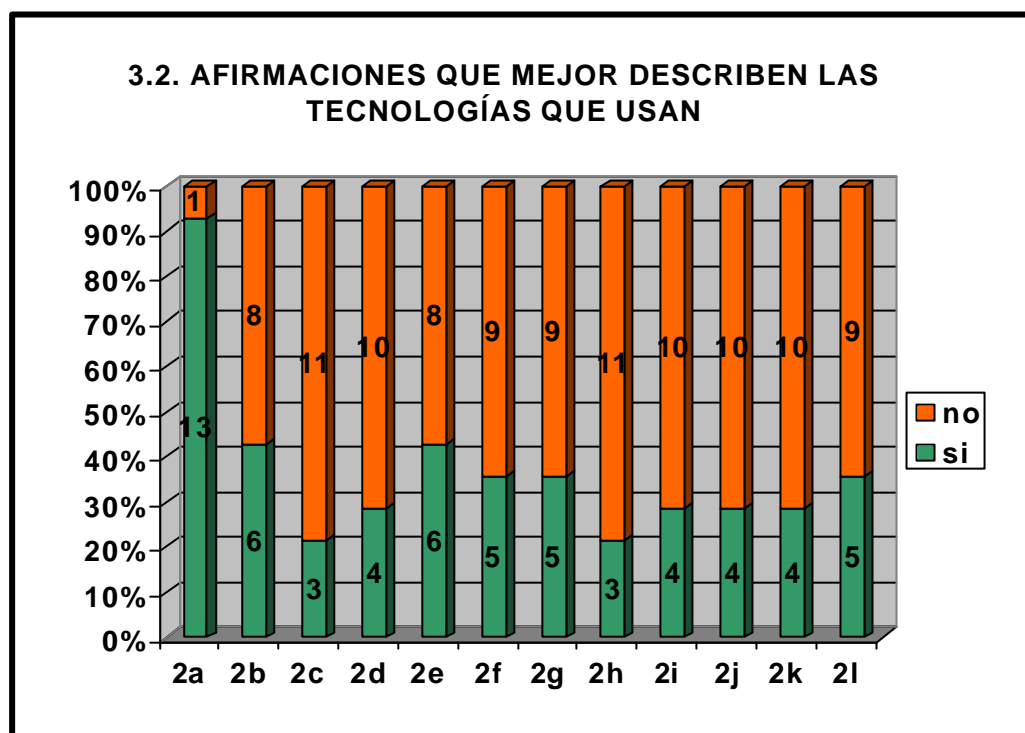
- Con todo, se aprecia que el problema ya ha sido detectado por la comunidad y se está trabajando sobre la cuestión. La prueba palpable la constituye la reciente constitución de la Asociación de Empresarios de Serrada, que agrupa tanto a los pequeños como a los grandes negocios. Su labor deberá encaminarse en los términos descritos.

En resumen, la Encuesta de Negocios, nos ha mostrado que la estructura empresarial existente en líneas generales está bien organizada y funciona correctamente. Simplemente se deben revisar y pulir determinados errores y corregirlos de cara al beneficio futuro del municipio en su conjunto. Con todo, hay que contextualizar las afirmaciones realizadas en la escala y las características del espacio de estudio. No se trata de un ámbito con un mercado potencial enorme e infrautilizado ni se ha de trabajar con objeto de modificar por completo la situación existente. Se debe consolidar la situación existente subsanando aquellos aspectos que la naturaleza del municipio permita.

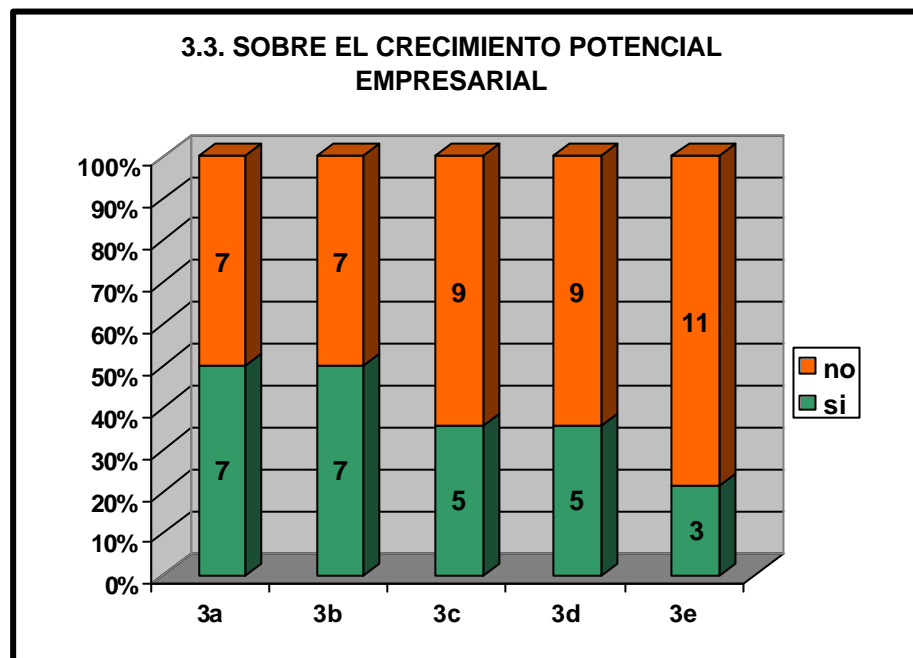
GRÁFICOS:



1 a	Proporcionamos un servicio esencial de manera que los clientes se acercan a nosotros
1 b	Proporcionamos un servicio competitivo y buscamos fuera los clientes
1 c	Proporcionamos servicios competitivos y de calidad y tenemos clientes fieles
1 d	Proporcionamos servicios especializados de manera que los clientes nos buscan
1 e	Proporcionamos un servicio especializado y la gente se remite a nosotros
1 f	Nos mantenemos intentando nuevas formas empresariales
1 g	Tenemos un presupuesto para publicidad
1 h	Patrocinamos varias actividades locales
1 i	Patrocinamos una actividad local principal
1 j	Contratamos aprendices
1 k	Participamos en programas de experiencia laboral

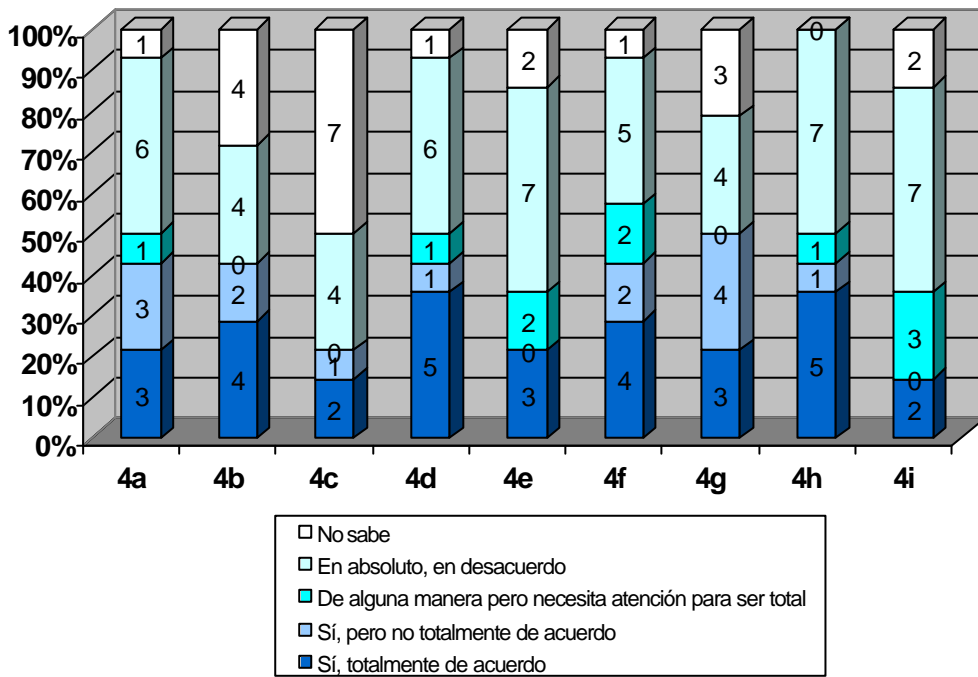


2 a	Facilidades de punto de venta
2 b	Tarjetas bancarias/tarjetas de crédito
2 c	Banca electrónica para nuestras necesidades empresariales
2 d	Sistema de nóminas electrónico
2 e	Hojas de cálculo y tratamiento de texto
2 f	Software para el control de inventario y almacén
2 g	Paquetes de software comercial
2 h	Software específico industrial
2 i	Dirección de Internet y página Web
2 j	Dirección de correo electrónico
2 k	Catálogo online/facilidad de compra
2 l	Usamos tecnologías industriales específicas



3 a	Estamos planeando el crecimiento de nuestra empresa
3 b	Tenemos un plan empresarial de trabajo
3 c	Tenemos un cash-flow previsto en los siguientes 12 meses
3 d	Tenemos un plan de marketing
3 e	Tenemos un plan de contingencia para emergencias financieras

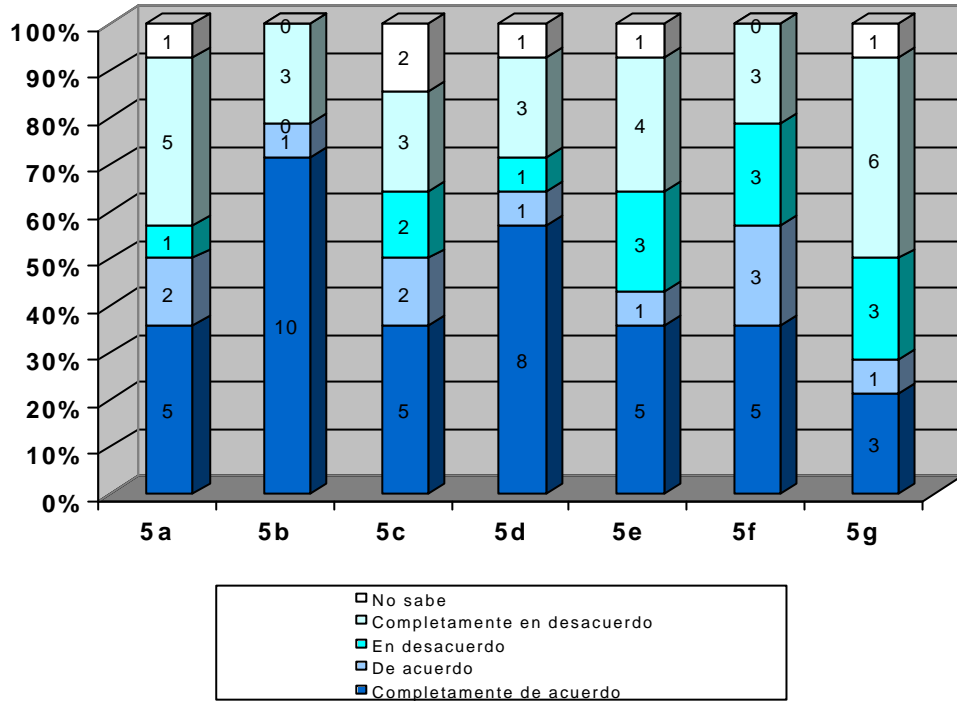
3.4. OPINIÓN SOBRE LA COMUNIDAD EMPRESARIAL



4 a	El sector empresarial trabaja bien de forma conjunta
4 b	Conocemos qué empresas tienen conexión con centros grandes
4 c	Trabajamos para reducir esa conexión
4 d	Tenemos una estrategia de “compra local”

4 e	Trabajamos juntos para promocionar los beneficios de la “compra local”
4 f	La comunidad está abierta a actividades económicas alternativas
4 g	El sector empresarial promociona los servicios de usuarios
4 h	El sector empresarial es optimista acerca del futuro
4 i	Las empresas trabajan juntas para aprovechar las oportunidades para el futuro

3.5. EMPRESAS, AYUNTAMIENTO Y COMUNIDAD



5 a	Existe un espíritu de asistencia y cooperación mutuas
5 b	Hay un sentimiento fuerte de orgullo en la comunidad
5 c	Las reuniones sobre cuestiones importantes en la comunidad se anuncian y son abiertas al público
5 d	Hay una alto nivel de optimismo en la comunidad
5 e	Existe una relación intensa de trabajo entre el Ayuntamiento y la comunidad empresarial
5 f	El Ayuntamiento representa y equilibra las necesidades locales
5 g	Todos los grupos están incluidos en la toma de decisiones comunitaria