

Informe de las encuestas de satisfacción de las empresas

Periodo: octubre-noviembre 2017

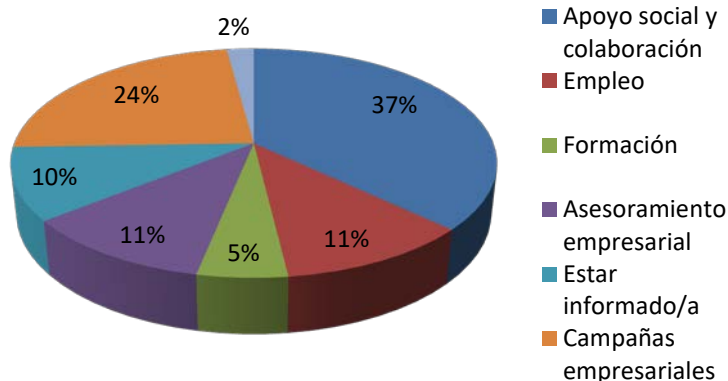
Encuestas realizadas: 150

Datos obtenidos:

1.- ¿Por qué se hizo socio/a de la entidad?

| | |
|-----------------------------|----|
| Apoyo social y colaboración | 87 |
| Empleo | 26 |
| Formación | 12 |
| Asesoramiento empresarial | 26 |
| Para estar informado/a | 24 |
| Campañas empresariales | 55 |
| Otros | 5 |

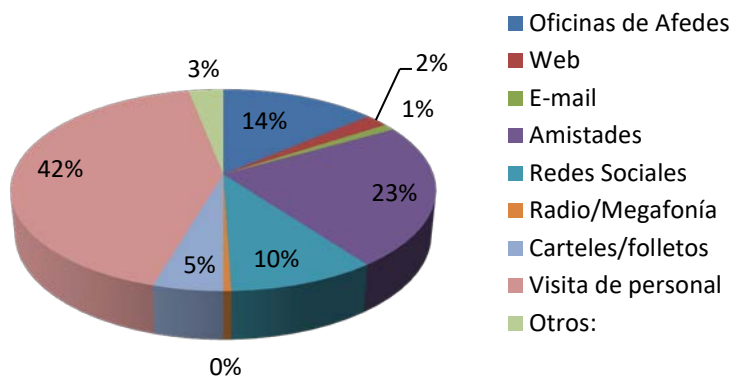
Por qué se hizo socio de la entidad



2.- ¿Cómo conoció la Entidad?

| | |
|---------------------------------|----|
| Oficinas de Afedes | 27 |
| Web | 4 |
| E-mail | 2 |
| Amistades | 45 |
| Redes Sociales | 19 |
| Radio/Megafonía | 1 |
| Carteles/folletos | 9 |
| Visita de personal a su empresa | 83 |
| Otros: | 6 |

Cómo conoció la entidad

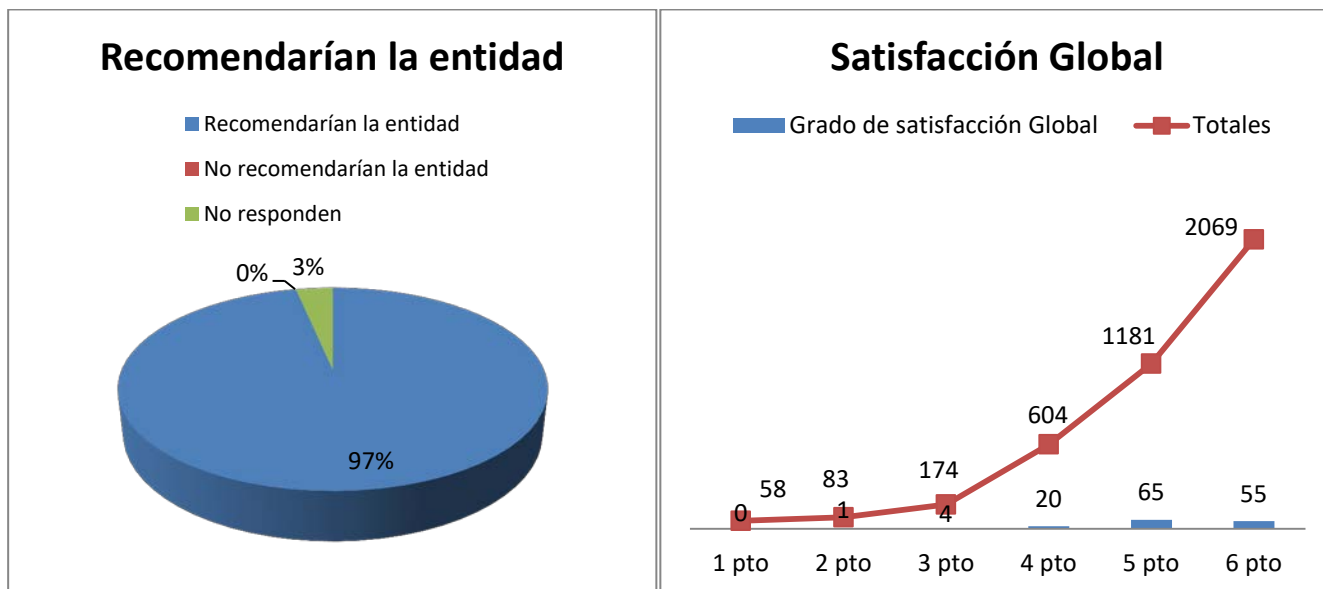


| Valoración de los servicios ofrecidos | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | NC* | 2.017 | 2.016 | 2.015 |
|--|----|---|----|----|----|-----|-----|-------|-------|-------|
| Información sobre el servicio/proyecto | | | 1 | 14 | 41 | 88 | 6 | 90% | | |
| Utilidad de la información recibida | | 2 | 6 | 33 | 40 | 62 | 7 | 71% | | |
| Duración del servicio. | | 1 | 6 | 17 | 48 | 64 | 14 | 82% | | |
| Expectativas iniciales. | 2 | 2 | 4 | 28 | 42 | 59 | 13 | 74% | | |
| Manuales y folletos con info. Emprendeduría y empresa. | 2 | 2 | 2 | 25 | 31 | 71 | 17 | 77% | | |
| Apoyo en la creación de empresas. | | 2 | 5 | 15 | 27 | 40 | 61 | 75% | | |
| Asesoramiento para la creación de empresas. | | 4 | 4 | 16 | 26 | 33 | 67 | 71% | | |
| Asesoramiento empresarial. | 0 | 6 | 3 | 15 | 33 | 42 | 51 | 76% | 83% | 79% |
| Información de subvenciones ayudas y financiación. | | 3 | 3 | 5 | 9 | 22 | 108 | 74% | | |
| Información recibida para la contratación de trabajadores y bonificaciones. | 1 | 4 | 10 | 18 | 25 | 48 | 44 | 69% | 77% | 77% |
| Tramitación de ofertas de empleo | 1 | 1 | 6 | 20 | 28 | 40 | 54 | 71% | 72% | 81% |
| La información facilitada por Afedes sobre el desarrollo de las prácticas ha sido adecuada y suficiente | 1 | 2 | 3 | 17 | 27 | 39 | 61 | 74% | 82% | 83% |
| Derivación y seguimiento del alumnado en prácticas por parte de Afedes | | 1 | 5 | 14 | 18 | 35 | 77 | 73% | 60% | 83% |
| Adaptación del perfil del alumnado en prácticas a los requisitos solicitados por la empresa | | 2 | 4 | 11 | 24 | 27 | 82 | 75% | 69% | 76% |
| Profesionalidad del Alumnado en prácticas | | 2 | 6 | 12 | 22 | 22 | 86 | 69% | 64% | 79% |
| Duración de las prácticas no laborales | 1 | 1 | 5 | 13 | 21 | 22 | 87 | 68% | 63% | 65% |
| Horarios establecidos para el desarrollo de las prácticas | 2 | 1 | 3 | 16 | 19 | 20 | 89 | 64% | 62% | 81% |
| Los contenidos de prácticas propuestos son correctos para el adecuado desarrollo de las funciones del puesto en su empresa | | 2 | 3 | 16 | 22 | 24 | 83 | 69% | 78% | 79% |
| Tríptico del Club de Compras | 2 | 1 | 5 | 14 | 39 | 68 | 21 | 83% | 82% | 72% |
| App del club de compras | 1 | | 11 | 17 | 31 | 60 | 30 | 76% | | |
| Captación/retención de clientes con el Club de Compras | 10 | 8 | 15 | 30 | 25 | 40 | 22 | 51% | 58% | 52% |
| Difusión del Club de compras | 3 | 5 | 9 | 25 | 39 | 52 | 17 | 68% | 69% | 67% |
| Ventajas del uso del carnet de socio | 7 | 6 | 11 | 22 | 31 | 51 | 22 | 64% | 69% | 55% |
| Nº Campañas empresariales anuales | 3 | 3 | 8 | 19 | 34 | 71 | 12 | 76% | 79% | 86% |
| Organización y difusión de las campañas empresariales | 1 | 1 | 4 | 19 | 36 | 76 | 13 | 82% | 78% | 89% |
| Beneficios de la realización de campañas (a su empresa) | 3 | 3 | 12 | 19 | 39 | 61 | 13 | 73% | 68% | 73% |
| Dinamización en calle | 5 | 1 | 3 | 22 | 36 | 73 | 10 | 78% | 80% | 84% |
| Servicio de buzoneo | 2 | 5 | 2 | 18 | 38 | 56 | 29 | 78% | 80% | 74% |
| Difusión de su empresa en los medios dispuestos por la entidad (boletín, página web, redes sociales...) | 5 | 3 | 3 | 22 | 36 | 65 | 16 | 75% | 82% | 84% |
| Información a través de email y otros medios. | | 1 | 1 | 9 | 16 | 34 | 89 | 82% | 78% | 95% |
| Boletín informativo (papel y digital) | 3 | 2 | 1 | 12 | 43 | 73 | 16 | 87% | 74% | 88% |
| Página Web: afedes.org | 2 | 3 | 3 | 10 | 41 | 68 | 23 | 86% | 76% | 86% |
| Redes sociales: Facebook, twitter... | 1 | 1 | 1 | 11 | 33 | 77 | 26 | 89% | 85% | 88% |
| El trato recibido | | | | 2 | 28 | 118 | 2 | 99% | 93% | 97% |
| Tiempo de respuesta | | 1 | 2 | 5 | 34 | 103 | 5 | 94% | 93% | 94% |
| La profesionalidad demostrada | | | | 3 | 34 | 110 | 3 | 98% | 94% | 99% |



| Grado de satisfacción global (del 1 al 6) | 0 | 1 | 4 | 20 | 65 | 55 | 5 | 83% | 84% | 88% |
|--|----|----|-----|-----|------|------|------|------------|-----|-----|
| Totales | 58 | 83 | 174 | 604 | 1181 | 2069 | 1381 | 78% | 78% | 82% |

*No haber hecho uso de los servicios o actividades mencionadas



INFORME ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN A EMPRESAS SOCIAS

Después de realizar el vaciado y análisis de las encuestas realizadas, los resultados obtenidos de las empresas asociadas de Afedes en la zona norte de Tenerife son los siguientes:

Se realizaron 150 encuestas de las 245 empresas socias, por lo tanto se encuesta al 61% de las empresas socias cumpliendo con lo establecido en el PR.08.05 Evaluación de la satisfacción. Sin embargo algunas de las encuestas se realizaron en un formato obsoleto

A la pregunta de **por qué se hizo socio/a de la entidad**, las respuestas más comunes fueron para Apoyo social y colaboración (37%), campañas (24%), estar informado (10%), asesoramiento empresarial (11%). De este modo, hay que destacar que en este periodo de octubre-noviembre 2017 las empresas socias han valorado con menor puntuación que en el periodo anterior su participación como empresa socia por apoyo social a la entidad pasando de un 44% (año 2016) a un 37 % (año 2017).

Por otro lado, varias empresas manifestaron otros motivos, como por ejemplo, la Ruta de Ar y Sab y Panadería La Vega, que marcan esta casilla sin especificar ninguno en concreto, La Recovita, que no indica ninguna razón por la que decidió asociarse a la entidad, explicando brevemente en el dorso de la hoja algunas disconformidades con la finalidad de la asociación, o Coco Lorenzo, Modas Thayla y



🏠 C/ Antonio Pérez Díaz, 11/13
C/ Key Muñoz, 32 | Icod de los Vinos
S/C de Tenerife

📞 922 815 921
📞 922 815 820

✉ e-mail:información@afedes.org
@ www.afedes.org

Taller Pedro Dios, que simplemente no rellenan este apartado ni exponen ninguna aclaración al respecto.

Otras empresas en cambio como Calzados y Complementos Roda, Pastelería el Artesano y Peluquería Kathatumbo manifiestan que entre los motivos de hacerse socias de la entidad se encuentra la amistad y el buen trato recibido por algunos/as de los/as trabajadores de la misma como Katiuska, Catalina e Iván. No obstante, únicamente la empresa Hernández Alejandro Isla Baja informó que lo hacía para mostrar su compromiso con la labor social que realizaba la Asociación en los diferentes municipios de la comarca.

Los encuestados han manifestado de forma significativa que **han conocido la entidad** a través de visita del personal de Afedes a su empresa (42%), seguido de sus amistades (23%), a través de las oficinas de Afedes (14%) y redes sociales (10%). En cambio, los medios más débiles de cara al conocimiento de la entidad son: web (2%), e-mail (1%) y radio/megafonía (0%). En este punto, las valoraciones no sufren ninguna variación importante con respecto al periodo anterior, manteniéndose los porcentajes casi con el mismo valor, destacando el hecho de que ninguna persona ha conocido la entidad a través de radio o megafonía, sino que principalmente, por medio de la visita del personal de Afedes a su empresa. Por lo que podemos concluir, que los esfuerzos de transmisión vía web, e-mail, radio/megafonía continúan teniendo resultados muy bajos, por lo que sería preciso revisar de qué forma se están empleando tales herramientas y cómo se podría mejorar para obtener mejores resultados.

En cuanto a la **calidad y utilidad de los servicios que presta Afedes**, se aprecian dos claras tendencias.

Por un lado, todas aquellas empresas que manifiestan no haber hecho uso de los servicios o actividades mencionadas y, por otro lado, y de forma opuesta, las que se han beneficiado de las actividades de Afedes (marcando las notas más altas 5 y 6). En este sentido, los servicios ofrecidos que menos han sido aprovechados por las empresas son los siguientes:

- Captación/retención de los Clientes con el Club de compras.
- Ventajas del uso del carnet de socio/a.
- Difusión del Club de Compras
- Difusión de su empresa en los medios dispuestos por la entidad
- Asesoramiento empresarial recibido e información para la contratación
- Alumnado en prácticas.

Los servicios que mejor valorados por las empresas son:

- Información sobre el servicio/proyecto
- Manuales y folletos con información de emprendeduría y empresas
- Organización y difusión de las campañas empresariales



- Trato recibido
- Tiempo de respuesta
- Profesionalidad demostrada
- Redes sociales
- Dinamización en calle.
- Boletín informativo (papel y digital)

Analizando los datos anteriores podemos observar que los servicios ofrecidos por Afedes menos valorados por las empresas en el año 2017 con respecto al 2016 no han sufrido variación significativa, ya que son coincidentes. No obstante, respecto a los servicios mejor valorados coinciden con respecto al año anterior el Trato Recibido, Tiempo de respuesta y Profesionalidad demostrada, mientras que aparecen como nuevos Información sobre el servicio/proyecto, Boletín informativo (papel y digital) y Manuales y folletos con información de emprendeduría y empresas.

Por otro lado, un alto porcentaje (97%) de los encuestados manifiesta que **recomendaría AFEDES a otras personas /empresas** frente al 3% que no da respuesta.

Con respecto a qué **actividades, cursos, campañas o proyectos** les gustaría que organizara la entidad se podrían tener en cuenta las siguientes:

- Novedades Fioneli solicita desarrollar campañas locales en lugar de comarcales
- Ludoteca Pau Park solicita llevar a cabo más actividades en la calle dirigidas a los/as niños/as
- Frutería Mariglas solicita el desarrollo de más actividades orientadas a la alimentación
- Café Époka considera que deberíamos de realizar más cursos de Marketing
- Bicicod solicita formación de idiomas, principalmente inglés.
- Peluquería Carmen Dolores solicita formación relacionada con la estética, mientras que Salón de Belleza Esperanza con cocina.
- Autorepuestos El Empalme solicita formación relacionada con el mundo del motor
- Tradiciones, Cinebank y Librería Koraki proponen formación en empaquetería
- Momentos Teté reclama más actividades de dinamización en otros municipios aparte de Icod de los Vinos
- Librería El Estudiante solicita más dinamización en su zona de Icod de los Vinos
- Ludoteca el Duende propone realizar un curso gratuito de Monitor/a de Comedor para empresarios/as
- Banot Sport solicita que Afedes haga una actividad en el municipio de Garachico como la Noche en Blanco que llevan a cabo ayuntamientos en otros municipios

Las **sugerencias** sobre aspectos que podrían mejorar nuestros servicios son:

- Trending Almacenes y Autoescuela Avenida: Mayor dinamización.
- Sonia Reyes Estilista y Novedades Fioneli: Comentan que no les parece adecuada la venta tan continuada de productos por parte de nuestra empresa de inserción Activando Sueños. También esta



última comenta que se debería dar una mayor información acerca del desarrollo de campañas empresariales.

- Peluquería Carmen Dolores y Peluquería Cristi: Potenciar una mayor promoción de las empresas
- Modas Bea nos comenta que deberíamos tener en cuenta a aquellas empresas que se encuentran en los alrededores de Icod de los Vinos.
- Restaurante el Mortero: nos sugiere reuniones con el sector gastronómico para conocer sus intereses reales.
- Sorpréndeme: nos sugiere aumentar las visitas empresariales por parte del personal de Afedes.

Dentro del apartado de sugerencias hay empresas como Climadrago, Restaurante La Cabaña o Panadería La Vega les parece adecuado el trabajo realizado y la labor que lleva a cabo la Asociación Afedes.

Las acciones a tomar en relación a los datos obtenidos

- Viendo el poco impacto que ha tenido la campaña del Club de Compras entre la clientela de las empresas participantes, se estudiará la posibilidad de diseñar un concepto publicitario que se implante en medios propios de la organización y que sintetice las ventajas de participar en el Club de Compras. También aparece la necesidad de desarrollar una subcampaña que complemente a la primera y que sirva de gancho a la clientela para que aumente sus compras en el comercio local asociado de la comarca.
- En base a la demanda que nos llegan de las empresas de distintos municipios de la comarca, se estudiará la posibilidad de crear un nuevo Facebook para promocionar en mayor medida a las empresas socias que colaboran con la entidad, de tal forma que podamos aumentar el número de vídeos promocionales y darles así una mayor visibilización. Asimismo, quedaríamos con dos Facebook, uno principal de toda la entidad que englobaría información empresarial y de emprendeduría, de empleo, de formación, voluntariado y asociacionismo...y otro más específico para el comercio local y sus empresas.
- Se presentarán y elaborarán proyectos relacionados con la dinamización comercial para ofrecer más dinamización y campañas empresariales abarcando un mayor número de municipios y zonas dentro de los mismos.
- En el plan de formación anual 2018 se tendrán en cuenta las sugerencias de formación realizadas por los/as encuestados/as para ver la posibilidad de incorporarlos en el mismo y se analizarán los horarios de dicha formación. Se mantiene negociaciones con entidades como Fyde CajaCanarias, ayuntamientos de municipios de la comarca y otras privadas para ofrecer, en la Zona Norte, la formación que nos han solicitado empresas de diferentes sectores para cubrir sus necesidades formativas y que las mismas sean gratuitas y se realicen en la comarca.

