

## Avaluació de l'impacte de la III Jornada de *Networking* Empresarial de la *Xarxa Productes de la Terra*

Aquest document presenta els resultats obtinguts a través d'una enquesta de valoració realitzada el mes de juny del 2016 a empreses de la XPDT i restaurants participants en la *III Jornada de Networking Empresarial de la Xarxa Productes de la Terra* feta el 30 de novembre del 2015. L'objectiu de l'enquesta és conèixer la utilitat i l'impacte 6 mesos després de la celebració de la Jornada.

L'enquesta era online i constava de 6 preguntes breus. Era anònima per les empreses restauradores i s'obligava a identificar les empreses productores/elaboradores de la Xarxa.

### 0. Percentatge de participació en l'enquesta:

- En relació a les empreses productores/elaboradores:
  - Assistència real (jornada) : 48 empreses
  - Nombre de respostes: 37 (77%)
  - Com s'ha respost l'enquesta?
    - ✓ 59% telefònicament
    - ✓ 38% online
    - ✓ 3% presencialment
  
- En relació a les empreses restauradores:
  - Assistència real (jornada): 40 empreses
  - Nombre de respostes: 32 (80%)
  - Com s'ha respost l'enquesta?
    - ✓ 78% telefònicament
    - ✓ 22% online



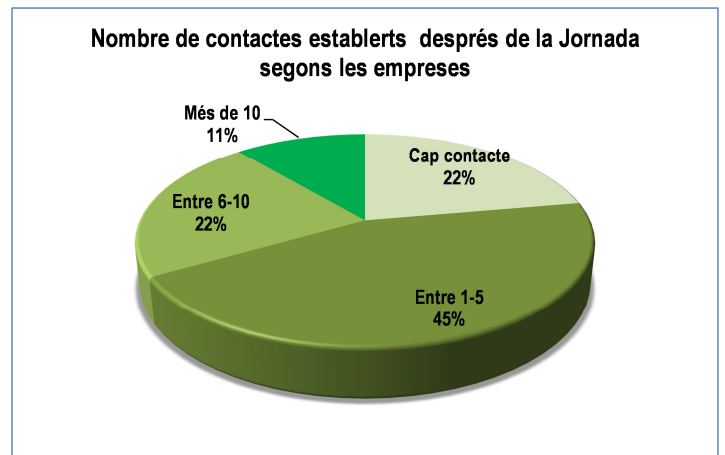
En la obtenció de resultats ha sigut clau realitzar un acurat seguiment tant de restaurants com d'entitats locals per aconseguir una participació que permetés extreure resultats. **En la majoria de casos s'ha realitzat l'enquesta telefònicament.**

**Pregunta 1.** De totes les empreses amb qui es va entrevistar, amb quantes s'ha establert contacte o relació posterior a la celebració de la Jornada? (totes les empreses van entrevistar-se amb tots els restaurants, per tant cada empresa va fer 40 entrevistes).

Sobre el nombre d'empreses amb qui s'ha establert relació posterior a la celebració de la Jornada, les respostes han estat:

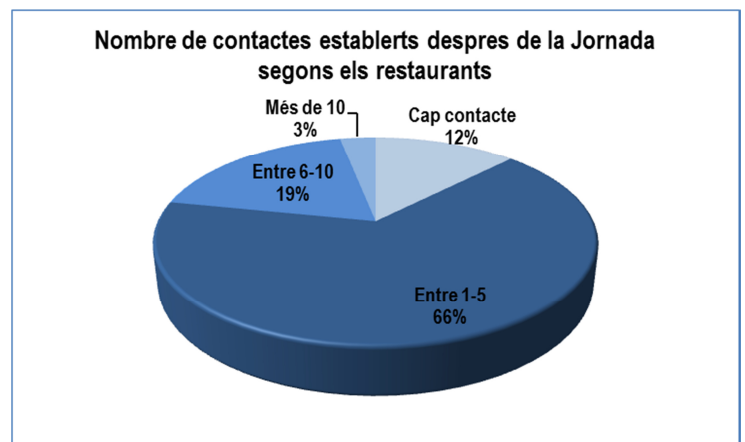
▪ Per les empreses productores:

- ✓ Cap contacte: 8 (22%)
- ✓ Entre 1-5: 16 (44%)
- ✓ Entre 6-10: 8 (22%)
- ✓ Més de 10: 4 (11%)



▪ Per les empreses restauradores:

- ✓ Cap contacte: 4 (12%)
- ✓ Entre 1-5: 21 (66%)
- ✓ Entre 6-10: 6 (19%)
- ✓ Més de 10: 1 (3%)



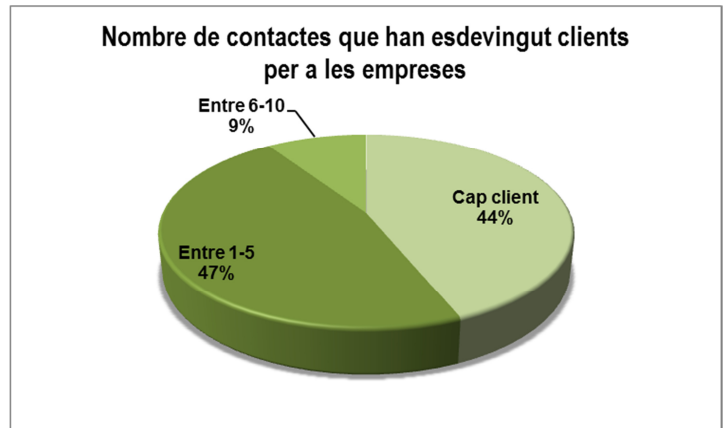
És a dir, **tant les empreses productores com les restauradores coincideixen en afirmar que majoritàriament van establir contacte posterior amb entre 1 i 5 empreses.**

**Pregunta 2. De les empreses amb les que s'ha establert contacte, quantes han esdevingut clients/proveïdors habituals?**

Sobre els contactes realitzats, les empreses han manifestat que han esdevingut clients/proveïdors estables:

▪ **Per empreses productores:**

- ✓ Cap: 14 (44%)
- ✓ Entre 1-5: 15 (47%)
- ✓ Entre 6-10: 3 (9,4%)



▪ **Per empreses restauradores:**

- ✓ Cap: 7 (22%)
- ✓ Entre 1-5: 25 (78%)



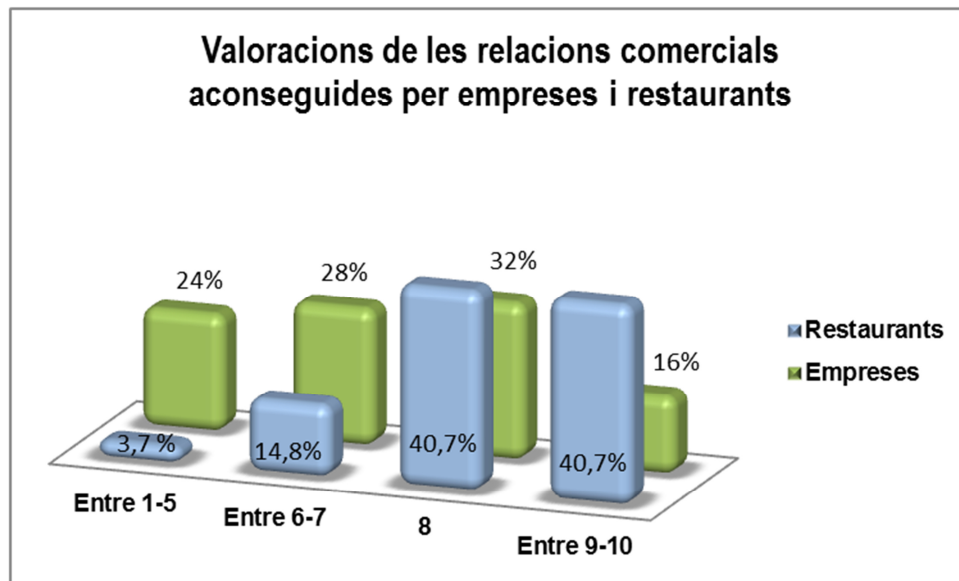
**Un 47% de les empreses productores** que han respost l'enquesta manifesta que dels contactes realitzats, **entre 1-5 han esdevingut clients estables.**

I un **78% de les empreses restauradores** afirmen que dels contactes realitzats, **entre 1-5 han esdevingut proveïdors estables.**

La diferència pot ser deguda a un tema de percepció/expectatives, més prudent per part dels productors/elaboradors i més positiva per part dels restauradors (més intenció de comprar en un futur!)

**Pregunta 3. Si s'ha aconseguit establir algun contacte amb les empreses participants, com en valora les relacions comercials?**

Les relacions comercials establertes han estat valorades de manera següent:



- **Per empreses productores:**
  - ✓ Entre 0-5 : 6 (24%)
  - ✓ Entre 6-8: 15 (60%)
    - Amb 6-7 :(28%)
    - Amb un 8: (32%)
  - ✓ Entre 9-10: 4 (16%)
- **Per empreses restauradores:**
  - ✓ Entre 0-5: 1 (4%)
  - ✓ Entre 6-8:15 (55,5%)
    - Amb un 6-7: (14,8%)
    - Amb un 8: (40,7%)
  - ✓ Entre 9-10: 11 (40,7%)



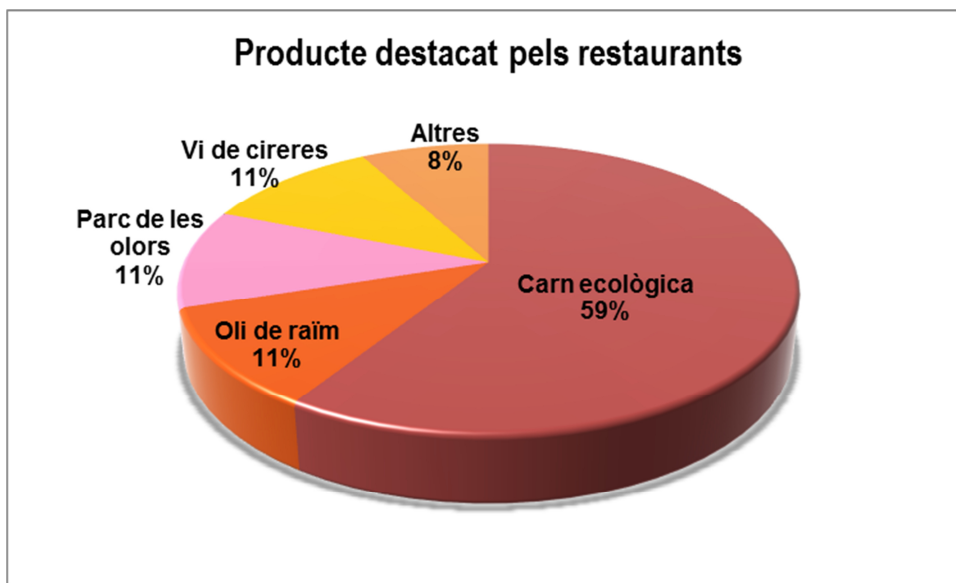
En relació a les valoracions comercials establertes, són més positives les obtingudes per part dels restaurants. **Tot i que ambdues parts valoren majoritàriament en un 8 les relacions comercials establertes, els restaurants despunten amb un 40% les valoracions entre 9 i 10.**

En els resultats també s'observa més dispersió de valoracions per part de les empreses productores que els restaurants que concentren la seva valoració en un 81,4% entre 8 i 10.

**Pregunta 4.** A les empreses restauradores se'ls va demanar destacar alguna empresa o producte que els cridés especialment l'atenció.... i les respostes han estat:

De les respostes obtingudes, els restaurants han volgut destacar sobretot:

- ✓ Carn ecològica (59%)
- ✓ Oli de raïm (11%)
- ✓ Parc de les olors (11%)
- ✓ Vi de cireres (11%)
- ✓ Altres (castanyes de Viladrau, cerveses artesanes, etc.) (8%)



**Pregunta 5.** En cas que s'organitzés una altra edició de Networking, es tornaria a participar?

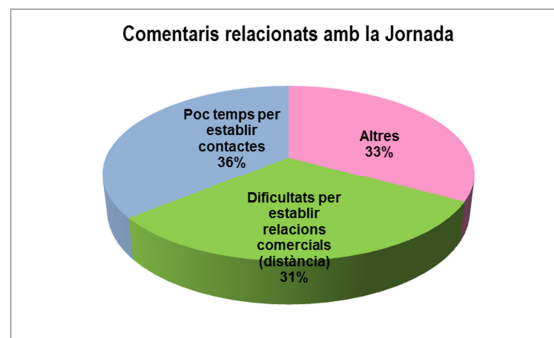
- **Les empreses productores han dit:**
  - ✓ 26 empreses han dit que sí (81,3%)
  - ✓ 6 empreses han dit que no (18,8%)
  
- **Les empreses restauradores han dit:**
  - ✓ 30 empreses han dit que sí (81,1%)
  - ✓ 7 empreses han dit que no (18,9%)



Els resultats obtinguts són pràcticament iguals. **Ambdues parts afirmen en un 81% que tornarien a participar en una futura edició del Networking de la Xarxa.**

**Pregunta 6.** Finalment, es va oferir la opció de fer un comentari lliure relacionat amb la jornada i els comentaris més generalitzats han estat:

- ✓ Creuen que es va disposar de poc temps i que seria necessari ampliar el temps de contacte o bé deixar temps a la tarda per acabar de tancar alguns tractes. Al acostar-se les festes de Nadal, segurament alguns contactes es van perdre.
- ✓ En alguns casos, és impossible establir alguna relació comercial per qüestions logístiques i de producte, fet que fa pensar que seria millor organitzar aquest tipus de *networking* per territoris. Ex. Restaurant del Baix Llobregat no aconsegueixen que els serveixin maduixes del Maresme.



**Conclusions:**

- **L'impacte de l'esdeveniment a partir de l'enquesta de valoració es considera satisfactori** en relació als tenint en compte els recursos que s'hi ha dedicat.
- **El nombre de relacions comercials establertes i les valoracions d'aquestes per part de les empreses podrien ser millors.** Segurament el fet que l'àmbit de procedència geogràfica dels restaurants hagi estat tot Catalunya dificulta la possibilitat de concretar relacions comercials més enllà del primer contacte. Si l'àmbit geogràfic fos més acotat seria més fàcil. Cal dir que durant l'any 2016 ja s'han realitzat 3 jornades de *networking* a nivell comarcal i se'n preveuen més en altres territoris de la Xarxa.
- **L'especialització de la jornada** pel que fa a les empreses compradores en restaurants respecte a d'altres jornades de *networking* que s'han realitzat en el marc de la Xarxa Productes de la Terra ajuda a que la valoració sigui superior per la part de les empreses compradores, en aquest cas restaurants. Pel que fa a les empreses productores i elaboradores la valoració és molt similar comparada amb l'anterior Jornada de Networking, del juny del 2013.

- L'organització d'una jornada de *networking* té sentit però cal tenir en compte que el factor proximitat de l'empresa al restaurant és clau per establir relacions comercials estables.
- Cal organitzar jornades de *networking* en àmbits geogràfics menors a la província (comarca o d'altres).