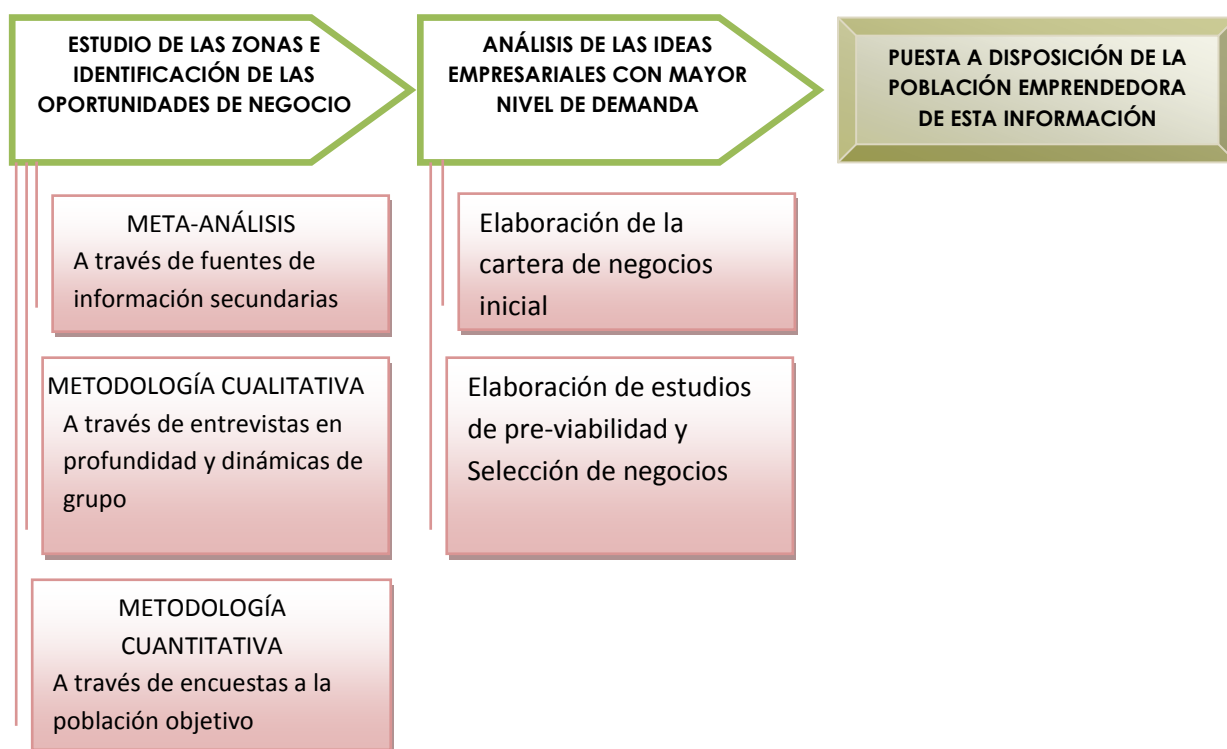


CAPÍTULO 2: META-ANÁLISIS

Información objetiva

A continuación mostramos un esquema del proceso de desarrollo de la Metodología de detección de oportunidades de negocio en un territorio. En él vemos como el Meta-análisis forma parte del estudio de identificación de las oportunidades de negocio.



Concepto de meta-análisis

Glass fue el primer autor en denominar y conceptualizar lo que se entiende por meta-análisis. Posteriormente, otros autores como Piédrola han proporcionado otras definiciones del término:

Según Glass, es el análisis estadístico de una colección amplia de resultados procedentes de varios experimentos con el propósito de integrar los hallazgos. (Glass, 1976)

Según Piédrola, es el conjunto de técnicas que se utilizan para cuantificar la información contenida en estudios similares. Los últimos hallazgos sólo tienen sentido si se comparan con los previos. Por eso es necesario un escalón entre el pasado y el futuro: la revisión. (Piédrola Gil, G.)

Esencialmente, consiste en la recopilación de información existente sobre el objeto de estudio, elaborada principalmente por las diferentes Administraciones y/o organismos y entidades públicas o privadas, dedicados al estudio sociodemográfico y económico. En esta técnica es fundamental comprobar la fiabilidad de las fuentes de información.

Establecimiento de objetivos del meta-análisis

Una vez que conocemos en qué consiste la técnica, el siguiente paso antes de ejecutar el proceso de obtención de información, es delimitar qué información pretendemos obtener. Para ello, elaboraremos un listado con los objetivos que se buscan y en función de ellos se establecerán los indicadores necesarios para obtener la información que cumpla con cada objetivo.

Estos objetivos deberán estar directamente relacionados con los objetivos principales del estudio de detección de oportunidades de negocio que queremos poner en marcha sobre el territorio concreto. Además se caracterizarán por su coherencia.

Los objetivos del meta-análisis se agruparán en torno a los siguientes grupos:

- Población: datos poblaciones del territorio (número de habitantes en el territorio y distribución de la población en cada una de las zonas en que se va a dividir el estudio, en su caso; distribución de la población en base a datos demográficos).

- Sociedad: datos socioeconómicos de los habitantes del municipio objeto de estudio.
- Características del territorio. Dentro de este tercer grupo se incluyen varios subgrupos: desarrollo urbanístico, equipamientos, factores económicos.

Como sabemos, esta técnica se basa en analizar la información procedente de estudios similares o relacionados con el objeto de nuestro estudio. Es por ello que las fuentes de información serán principalmente secundarias. A continuación se enumeran algunos ejemplos de las fuentes utilizadas con más frecuencia para la recopilación de información:

- Ayuntamiento:
 - Padrón municipal
 - IAE
 - Planes urbanísticos
- Instituto de Estadística de las CCAA:
- Instituto Nacional de Estadística:
 - Censos y padrones municipales
 - EPA
 - Encuesta de presupuestos familiares
 - Encuesta de hogares y medio ambiente
 - Encuesta sobre equipamiento y uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en los hogares
 - Encuesta anual de comercio
 - DIRCE
- Fundaciones pertenecientes a entidades financieras:
 - Anuarios Económicos
- Banco de España:
 - Boletines Económicos
- Fundación de las Cajas de Ahorro (FUNCAS):
 - Indicadores regionales
 - Previsiones económicas de las CCAA
 - Los 100 principales indicadores coyunturales de la economía española

Sistema de indicadores

Con el fin de obtener la información necesaria para desarrollar el análisis del escenario actual y su evolución, se establece un sistema de indicadores dividido en diferentes subsistemas, aplicados a nivel nacional, regional y a las diferentes áreas geográficas de estudio, así como a nivel municipal.

Los subsistemas y sus indicadores se agrupan en:

<i>Subsistemas</i>	Indicadores
Demográfico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Población ▪ Variación de la población ▪ Densidad poblacional
Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ % Paro sobre población de derecho ▪ % Paro según género e intervalos de edad
Equipamientos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfonos fijos ▪ Líneas de banda ancha ▪ Vehículos a motor ▪ Oficinas bancarias
Educación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Niveles de instrucción ▪ Cursos FIP
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de Actividades industriales ▪ Nº de Actividades comerciales mayoristas ▪ Nº de Actividades comerciales minoristas ▪ Superficie del comercio minorista ▪ Actividades de restauración y bares

Resultados de los indicadores

Los resultados de los indicadores aportan información sobre la unidad de análisis en cuestión (barrio, municipio, comarca, mancomunidad, etc.), pero su verdadera utilidad se centra en la comparativa con otras unidades de análisis y ámbitos geográficos, es decir, comparar los distintos indicadores de la unidad de análisis con

otras unidades de análisis similares (mismas características demográficas) y su entorno próximo (municipio, provincia, comunidad autónoma y estado).

Con la finalidad de hacer comparativos los diferentes datos correspondientes a los distintos ámbitos territoriales se convierten a unidades por cada mil habitantes, relativizando los datos absolutos, generando valores comparativos al eliminar el factor tamaño de la población de los distintos ámbitos considerados en el análisis.

De forma ilustrativa, se utilizan los datos correspondientes al estudio efectuado por Factor Consultores en Alcalá de Guadaíra en el año 2002.

En el primer cuadro se observan los datos absolutos, tal y como se recogen de las distintas fuentes enumeradas anteriormente.

INDICADORES	Total CCAA Andalucía	Total Prov. Sevilla	Sevilla	Alcalá de Guadaíra	San Sebastián de los Reyes
Código INE	1	41	41.091	41.004	28.134
Población	7.305.117	1.725.482	701.927	56.743	58.215
Oficinas bancarias	5.533	1.244	605	25	44
Actividades industriales	72.418	13.948	4.519	893	661
Actividades comerciales mayoristas	23.353	5.424	2.466	354	222
Actividades comerciales minoristas	141.347	30.422	11.670	1.003	698

Como podemos comprobar, los datos en términos absolutos no son comparables, ya que las grandes diferencias de población de los diferentes ámbitos distorsionan los resultados.

Por el contrario, si relativizamos los datos en función de la población, se pueden establecer conclusiones comparativas, de tal forma que la unidad de análisis Alcalá de Guadaíra, presenta valores superiores al resto de los ámbitos estudiados en actividad industrial y actividades comerciales mayoristas.

Unidades por cada 1000 habitantes	Total CCAA Andalucía	Total Prov. Sevilla	Sevilla	Alcalá de Guadaíra	San Sebastián de los Reyes
Oficinas bancarias	0,9	0,7	0,9	0,4	0,8
Actividades industriales	11,5	8,1	6,4	15,7	11,4
Actividades comerciales mayoristas	3,7	3,1	3,5	6,2	3,8
Actividades comerciales minoristas	22,4	17,6	16,6	17,7	12,0

Se encuentra con valores similares a Sevilla capital y provincia en actividades comerciales minoristas, mientras está por debajo del valor de la Comunidad Autónoma, indicando una posible potencialidad en este tipo de actividad.

El dato correspondiente a las oficinas bancarias es notablemente inferior en Alcalá de Guadaíra comparativamente con el resto de ámbitos, indicando un menor dinamismo financiero.

A continuación se enumeran los distintos indicadores que se pueden expresar por cada mil habitantes

Subsistemas	Indicadores
Equipamientos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teléfonos fijos ▪ Líneas de banda ancha ▪ Vehículos a motor ▪ Oficinas bancarias
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nº de Actividades industriales ▪ Nº de Actividades comerciales mayoristas ▪ Nº de Actividades comerciales minoristas ▪ Actividades de restauración y bares

Con el fin de conocer las características del comercio minorista, con los datos existentes se puede analizar el tamaño medio de los distintos comercios, ofreciendo una información comparativa entre los diferentes ámbitos estudiados.

INDICADORES	Total CCAA Andalucía	Total Prov. Sevilla	Sevilla	Alcalá de Guadaíra	San Sebastián de los Reyes
Código INE	1	41	41.091	41.004	28.134
Actividades comerciales minoristas	141.347	30.422	11.670	1.003	698
Act. Com. Alimentación	52.443	10.798	3.526	400	228
Act. Com. Total no alimentación	76.966	17.237	7.248	541	437
Act. Com. Vestido y calzado	19.608	4.303	1.864	141	106
Act. Com. Hogar	19.698	4.381	1.617	110	106
Act com. Resto no alimentación	37.660	8.553	3.767	290	225
Act. Com. C. mixto y otros	11.938	2.387	896	62	33

Act. Com. Hipermercados	80	18	8	1	0
Act. Com. Almacenes populares	402	106	40	4	0
Act. Com. Ambulante y mercadillos	3.598	829	420	20	14
Act. Com. Otro comercio mixto	7.839	1.429	424	37	19
Superficie-m2 activ. ciales. minoristas	13.205.856	3.101.296	1.332.581	130.249	64.136
Superficie-m2 total alimentación	2.510.284	647.369	294.286	18.121	13.276
Superficie-m2 total no alimentación	8.633.176	1.928.117	708.559	96.648	47.766
Superficie-m2 vestido y calzado	1.320.443	278.101	152.576	7.951	8.119
Superficie-m2 hogar	3.142.930	678.190	190.752	19.437	15.775
Superficie-m2 resto no alimentación	4.169.803	971.826	365.231	69.260	23.872
Superficie-m2 c. mixto y otros	2.062.396	525.810	329.736	15.480	3.094
Superficie-m2 hipermercados	751.687	177.550	108.750	6.900	0
Superficie-m2 almacenes populares	361.727	110.357	59.329	1.250	0
Superficie-m2 otro comercio mixto	650.802	114.741	39.995	7.330	3.094

Siguiendo con el mismo ejemplo, destaca Alcalá de Guadaíra por tener los establecimientos con mayor dimensión media en los siguientes aspectos: el global del comercio minorista, los comercios de no alimentación, hogar y resto de no alimentación.

Por el contrario, los establecimientos con menor tamaño medio corresponden a los de alimentación, vestido y calzado y los almacenes populares.

m2 por cada tipo de establecimiento	Total CCAA Andalucía	Total Prov. Sevilla	Sevilla	Alcalá de Guadaíra	San Sebastián de los Reyes
Actividades comerciales minoristas	93,4	101,9	114,2	129,9	91,9
Act. com. Alimentación	47,9	60,0	83,5	45,3	58,2
Act. com. total no alimentación	112,2	111,9	97,8	178,6	109,3
Act. com. Vestido y calzado	67,3	64,6	81,9	56,4	76,6
Act. com. Hogar	159,6	154,8	118,0	176,7	148,8
Act com. resto no alimentación	110,7	113,6	97,0	238,8	106,1
Act. com. c. Mixto y otros	172,8	220,3	368,0	249,7	93,8
Act. com. Hipermercados	9.396,1	9.863,9	13.593,8	6.900,0	0,0
Act. com. Almacenes populares	899,8	1.041,1	1.483,2	312,5	0,0
Act. com. otro comercio mixto	83,0	80,3	94,3	198,1	162,8

El resto de indicadores considerados ofrecen información comparativa directa al estar ya expresados en porcentajes o valores relativos.

El análisis de todos ellos ofrecerá una panorámica del escenario actual y su comparativa con el entorno próximo y otras unidades de análisis similares.