

excelentia

"el mundo es nuestro límite"



## Estudo de mercado do comercio polo miúdo da zona de As Conchiñas

PROXECTO DE INVESTIGACIÓN  
LIÑA COOP  
EXPEDIENTE: 2008/0000147-0



ÍNDICE

PAX.

1. Descrición dos obxectivos xerais e específicos	3
2. Universo obxecto de estudo	5
3. Técnicas de recollida de datos e unidades mostrais	6
4. Descrición da metodoloxía de análise	9
5. Análise dos datos obtidos da enquisa	13
6. Conclusións	21



## 1. Descrición dos obxectivos xerais e específicos

O obxectivo xeral é realizar un *Estudo de mercado sobre Hábitos de compra, opinión e estratexias de fidelización dos potenciais clientes do comercio de As Conchiñas*.

Os obxectivos específicos que se pretenden coa elaboración deste estudo son os seguintes:

- Estudo da satisfacción e carencias detectadas nos servizos ofertados nas Conchiñas.
- Estudo das demandas e necesidades de servizos inexistentes
- Análise das carencias e vantaxes da zona percibidas polos comerciantes
- Estudar a posta en práctica de técnicas e estratexias para dinamizar a zona e afianzar ao cliente.
- Estudar os perfís dos consumidores en función dos seus hábitos de compra.

Xa que logo, decidimos responder aos obxectivos específicos cun estudo de opinión dirixido aos potenciais clientes e usuarios do comercio da zona de “As Conchiñas”.

- Os indicadores que utilizaremos para responder aos nosos obxectivos recollerán a opinión dos potenciais clientes e usuarios da zona de “As Conchiñas”. Estes son os seguintes:

- Servizos ofertados.
- Necesidades e demandas relativas aos servizos existentes na zona de “As Conchiñas”.
- Grao de satisfacción.
- Servizos non cubertos na zona de “As Conchiñas”.
- Análise da opinión dos usuarios en relación co trato do comerciante.
- Estudo sobre técnicas que botan de menos os clientes para ter máis ventaxas no comercio da zona de “As Conchiñas”.
- Lugar de procedencia, de residencia dos potenciais clientes ou usuarios.
- Datos sociodemográficos (idade, xénero, etc..)

Obxectivos xerais	Obxectivo específicos	Indicadores
<i>Estudo de mercado: Hábitos de compra, opinión e estratexias de fidelización d@s potenciais clientes do comercio de As Conchiñas</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudo da satisfacción e carencias detectadas nos servizos ofertados nas Conchiñas</li> <li>- Estudo das demandas e necesidades de servizos inexistentes</li> <li>- As carencias e vantaxes da zona percibidas polos comerciantes</li> </ul>	Servizos ofertados
		Necesidades e demandas relativas aos servizos existentes en As Conchiñas
		Grao de satisfacción
		Servizos non cubertos en As Conchiñas
	Estudo da posta en práctica de técnicas e estratexias para dinamizar á zona e afianzar ao cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análise da opinión dos usuarios en relación co trato do comerciante</li> <li>- Estudo sobre técnicas que botan de menos os clientes para ter máis ventaxas no comercio das Conchiñas</li> </ul>
	Perfís dos consumidores en función dos seus hábitos de compra	Lugar de procedencia, de residencia dos potenciais clientes ou usuarios Datos sociodemográficos (idade, xénero, etc)

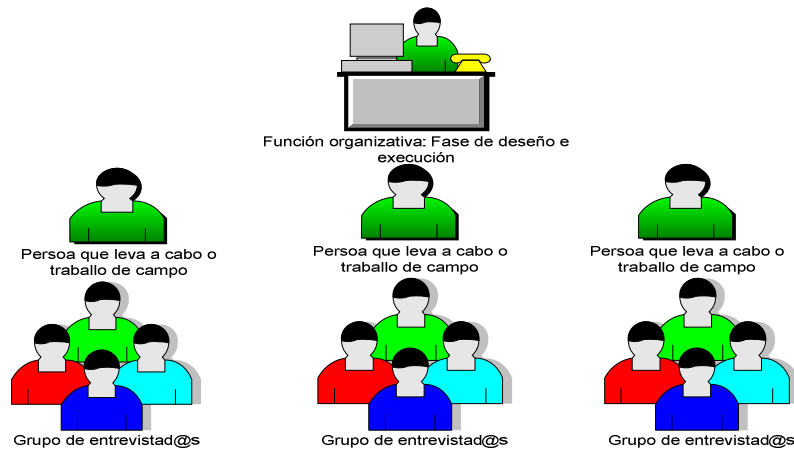
## 2. Universo obxecto de estudo

A mostra foi ponderada seguindo criterios de xénero e idade, para devolver a cada unidade mostral o seu peso poboacional. Na seguinte táboa representamos a mostra segundo o reparto proporcional da poboación da Coruña por xéneros e idades:

Rangos idades	de	Porcentaxe de habitantes	Número de cuestionarios	Homes. Número de cuestionarios	Mulleres. Número de cuestionarios
De 15 a 24		12	12	5	5
De 25 a 39		28	28	14	14
De 40 en diante		60	60	30	30
<b>TOTAL</b>		100	100	50	50

As rúas nas que terá que realizarse o cuestionario aos clientes e potenciais clientes do comercio de As Conchiñas son as situadas no centro deste mesmo barrio e correspóndense principalmente ao espazo comprendido polo comercio arredor do mercado de “As Conchiñas” entendida toda esta área nun sentido amplo. Simplemente abranguer aquelas rúas nas que se concentra o comercio e os clientes e potenciais clientes deste.

### 3. Técnicas de recollida de datos e unidades mostrais



#### 3.1. Repartición acordada no traballo de campo

Para a realización do traballo de campo acordouse establecer unhas zonas onde a circulación de potenciais clientes da zona de “As Conchiñas” do comercio e dos servizos empresariais favorecera a recollida de información do tipo de consumidor habitual.

- Tipo de entrevista: Entrevista cara a cara a pe de rúa aos clientes e potenciais clientes.
  - Lugar para realizar o traballo de campo: Zona de As Conchiñas: Rúa Barcelona e praza de “As Conchiñas”.

#### 3.2. Información sobre as técnicas utilizadas

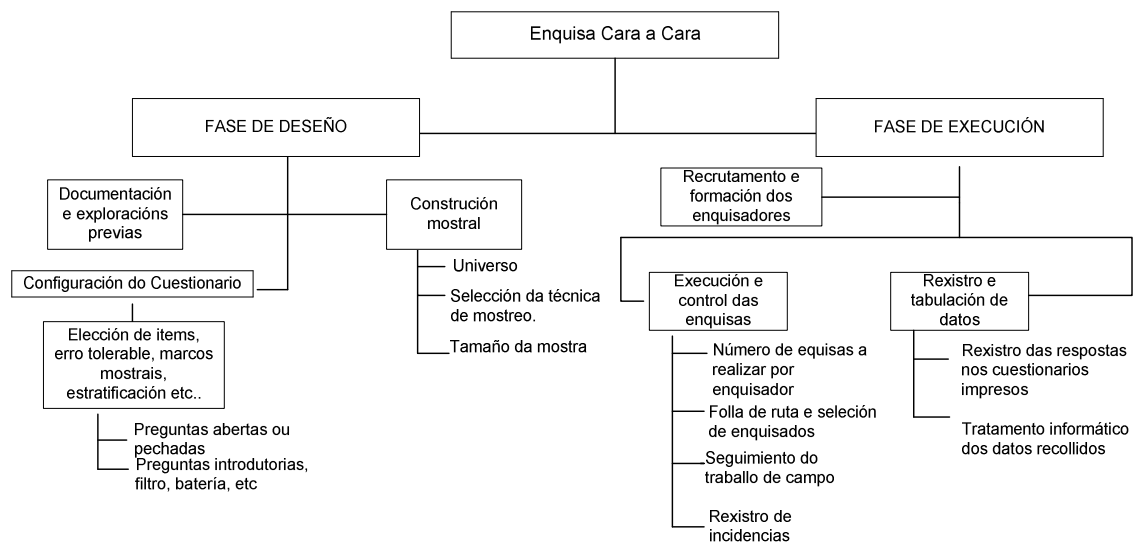
##### 3.2.1. A enquisa

Definiremos enquisa como o conxunto de procesos encamiñados a obter unha determinada información dunha mostra representativa dunha poboación, mediante un conxunto de preguntas. A través de dita metodoloxía obtivemos toda a información de carácter fundamentalmente cuantitativo en relación aos hábitos de compra, opinión dos potenciais clientes e usuarios no sector empresarial, comercial e profesional da zona de “As Conchiñas”. A captación de información a través das enquisas realizouse coa colaboración expresa dos individuos enquisados e utilizando un cuestionario estruturado como instrumento para a recollida da información.

Xa que logo, a enquisa foi un procedemento utilizado na presente investigación para obter información mediante preguntas dirixidas a unha mostra de individuos representativa da poboación, de forma que as conclusións que se obteñan poden xeneralizarse ao conxunto deste universo poboacional seguindo os principios básicos da inferencia estatística.

### 3.2.2. Descripción e xustificación do proceso de recollida dos datos: tipo de cuestionario

Empregamos a enquisa cara a cara (ou personal), a que se caracteriza por reunir ao enquisado e ao enquisador nun mesmo espazo de tempo e ubicación. O tipo de mostreo que utilizamos é o dun mostreo por cotas partindo como universo obxecto de estudo estimado o conxunto da poboación residente na Coruña segundo o Padrón Municipal de Habitantes do ano 2007 (INE: 2007).



O mostreo por cotas<sup>1</sup> é un sistema moi empregado polos institutos de opinión e de mercado, consiste en facilitarlle ao entrevistador o perfil das persoas que debe entrevistar e os lugares e rutas onde deberá realizar o traballo de campo. Estes datos que establecen as cotas de xénero e idade, están sacadas dos datos de poboación do Instituto Nacional de Estatística e reflicten proporcionalmente na mostra o universo obxecto de estudo.

O conxunto de preguntas recollidas no cuestionario, compóñeno preguntas de natureza semidirixida, alternado preguntas abertas e pechadas, de maneira que resulta posible obter información tanto de carácter cuantitativo como cualitativo.

### 3.2.3. Información que obtivemos con esta técnica e xustificación da súa utilización en relación cos obxectivos da investigación

O universo poboacional seleccionado, foi o colectivo de usuarios e potenciais clientes do tecido comercial da zona de “As Conchiñas”. Centrámomos neste colectivo porque o

<sup>1</sup> Rodríguez Osuna, J. (1991: 43) *Métodos de muestreo*.

obxectivo principal deste estudo é coñecer os hábitos de compra e opinión deste universo coa finalidade de, a posteriori, poder atender as súas demandas.

O uso desta técnica de recollida de información vén motivado pola necesidade de recoller datos referentes a hábitos de compra, opinións; e que estes datos se poidan cuantificar e xeralizar a toda a poboación obxecto de estudo. Seguindo estas premisas, é evidente que o cuestionario móstrase como a técnica idónea posto que se trata dunha listaxe de preguntas que se van formular de idéntico xeito a todos os entrevistados e posúe un carácter estandarizado. Como ademais é imprescindible a máxima eliminación da non respostas optouse pola enquisa cara a cara, malia o seu custo elevado.

#### **3.2.4. Tamaño da mostra, marxe de erro e grao de fiabilidade**

O tamaño da mostra foi calculado mediante un mostreo por cotas a partir do número de persoas empadroadas no concello de A Coruña no ano 2007. O tamaño mostral foi de 107 enquisas.

## 4. Descripción da metodoloxía de análise

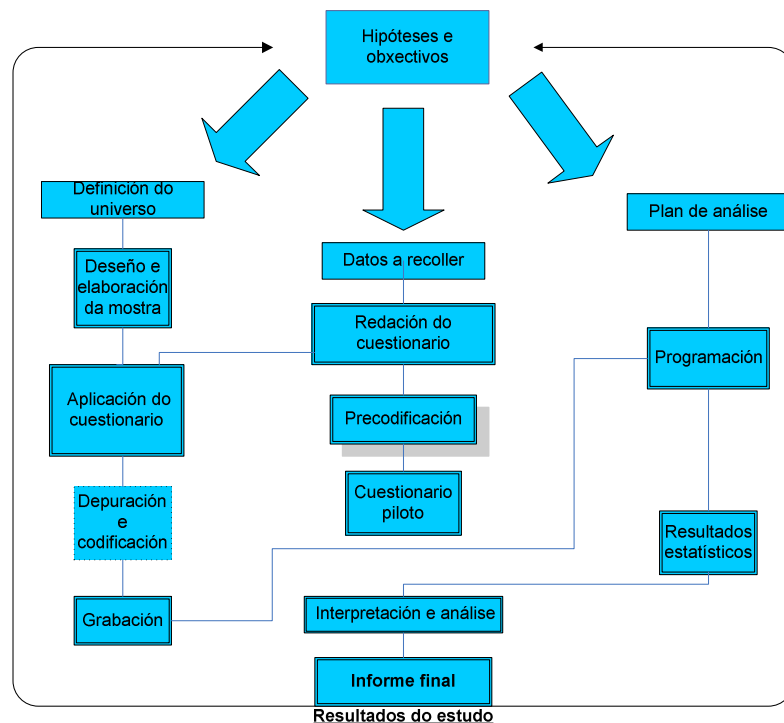
### ► Metodoloxía da enquisa

Como principal método de recollida de datos utilizamos a enquisa, o resultado final é un conxunto de datos cuantitativos que nos permite realizar a descrición da poboación. Recóllese información sobre parte da poboación, sendo esta representativa de toda a súa totalidade grazas ao deseño mostral.

As cinco grandes etapas parten dos obxectivos do estudo e son as seguintes:

1. Planeamento e deseño do cuestionario.
2. Selección da mostra.
3. Traballo de campo.
4. Preparación da información.
5. Análise da información.

A continuación recolleemos un esquema onde se poden apreciar as distintas fases da enquisa (Fonte: Elaboración propia a partir de Alvira, 1992: 16):



Entendemos por interpretación e análise, a fase que utiliza os resultados obtidos das enquisas, que tras o seu estudo, describe a mostra e compara variables para contrastar as hipóteses a tratar. En definitiva, clasificaremos devandita análise segundo a súa finalidade para poder dar unha visión do proceso que levaremos a cabo:

- > Descrición da mostra: O que pretendemos é coñecer as características definitorias do noso estrato de investigación. Caracterización extrapolable ao conxunto da poboación obxecto do noso estudo.
- > Contrastación de hipótese: estúdase a relación existente entre variables permitíndonos a validación das nosas hipóteses.

A tipoloxía destas técnicas, xira arredor de dous aspectos, a dependencia e a interdependencia, entre as que, a unidade de investigación do Grupo Isonor seleccionou aquelas máis adaptadas ao transcurso da análise de datos, dependendo da adopción da perspectiva descritiva ou explicativa en cada caso.

#### ▶ **METODOLOXÍA CUALITATIVA**

Para a realización da análise dos resultados estatísticos primarios emanados do traballo de campo e o estudo dos datos secundarios, levaremos a cabo unha técnica que nos axudará a esquematizar e comprender mellor a realidade do noso universo obxecto de estudo, a metodoloxía DAFO que esquematizamos no seguinte debuxo e explicamos a continuación: