



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Fondo Social Europeo

EXCMO. AYTO. MOTRIL
ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

METODOLOGÍA

~25~



S.I.C.I. DOMINUS.SL.

Mesones, 10 2º E-18001 Granada (España) Tel: +34 958 523544 Fax: +34 958 520589

Web: www.sicidominus.com

e-mail: dominus@sicidominus.com



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Fondo Social Europeo

EXCMO. AYTO. MOTRIL
ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



S.I.C.I. DOMINUS.SL.

Mesones, 10 2º E-18001 Granada (España) Tel: +34 958 523544 Fax: +34 958 520589
Web: www.sicidominus.com
e-mail: dominus@sicidominus.com



3. METODOLOGÍA

3.1. Población objeto de estudio

La población objeto de estudio planteada, para poder dar respuesta a los objetivos programados en el capítulo anterior, está compuesta tanto por los comerciantes que tienen ubicados sus establecimientos en el municipio, así como por los consumidores que compran en dichos establecimientos.

Si bien, en los inicios del proyecto nuestra intención era que la población de referencia para obtener la muestra fuesen todos aquellos individuos que compran en los comercios de Motril, independientemente del municipio de procedencia de los mismos. Ante la imposibilidad de hallar datos que cuantificaran esa población total, decidimos consultar con los comerciantes para que nos dijeran de qué municipio distinto a Motril, eran principalmente los consumidores que acudían a sus comercios. La respuesta a esta pregunta fue la población de Salobreña, en un 44% de los casos. Por lo que la población de consumidores estaría compuesta por:

- Población empadronada en Motril de 15 y más años según el Padrón municipal de habitantes a 1 de Enero de 2007¹.
- Población empadronada en Salobreña de 15 y más años que acude a comprar con cierta asiduidad a los comercios de Motril según el Padrón municipal de habitantes a 1 de Enero de 2007².

El interés de conocer la opinión de foráneos sobre el comercio de Motril, radica principalmente en la situación del municipio como cabecera de área comercial³, lo que trae

¹ Instituto Nacional de Estadística. Padrón municipal de habitantes de Motril a 1 de Enero de 2007.

² Instituto Nacional de Estadística. Padrón municipal de habitantes de Salobreña a 1 de Enero de 2007.

³ La provincia de Granada cuenta con una cabecera de área comercial que sería la capital de la provincia. De igual modo cuenta con subáreas de influencia comercial entre las cuales se encontraría la de Motril, siendo el municipio la cabecera de la subárea comercial. Es decir, Motril es el municipio que mayores infraestructuras comerciales tiene, los 16 municipios que conforman su área (Almuñécar, los Guájares, Gualchos, Ítrabo, Molvizar, Otívar, Polopos, Salobreña y Vélez de Benaudalla), se sienten atraídos a realizar sus compras al municipio motrileño.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

consigo la afluencia de compradores procedentes de otras poblaciones, por lo que su valoración a cerca del comercio motrileño era un aspecto importante a tener en cuenta.

En cuanto a la *población formada por los comerciantes*, la población de referencia fue el número de comercios establecidos⁴ en el municipio para el año 2007. Dado que la definición de comercio⁵ es muy amplia, y debido a que nuestro interés se basaba fundamentalmente en el comercio minorista, decidimos acotar el universo de estudio exclusivamente al número de comercios de ese tipo que están establecidos en Motril. Del mismo modo, esta población volvió a ser acotada, a las zonas del municipio, en las que la densidad comercial es mayor y que se denomina Centro Comercial. Finalmente, el número de comercios se basó en los existentes en tres zonas que pasamos a detallar. Véase también mapa III.1.

Zona 1: Está formado por el área delimitada por las calles Avenida de Salobreña, Avenida de Andalucía, Calle Nueva y Calle de las Cañas.

Zona 1.1.: Ésta zona hace referencia al Mercado de Abastos. Éste, está situado dentro de la zona 1, y por sus características especiales, ha sido tratado como una sub-zona independiente⁶.

Zona 2: Los comercios situados en la Calle Ancha.

Zona 3: Comercios situados en la Avenida Rambla de los Álamos.

Ésta delimitación en cuanto a la muestra de comercios, viene dado porque en las zonas descritos anteriormente se acumulan la mayor parte de los comercios del municipio. Así pues, de un total de 550 comercios existentes, 413 (el 75.1% del total) se encuentran ubicados en las zonas 1, 2 y 3.

⁴ El número de comercios dados de alta en el municipio de Motril, nos fue facilitada por la Cámara de Comercio de Motril.

⁵ Se denomina **comercio** a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación.

⁶ El mercado de abastos fue inaugurado en 1955, y es de propiedad municipal. Tiene dos plantas, siendo la primera de ella la destinada a comercios de alimentación, y la segunda a otro tipo de comercios como complementos, cafeterías, etc. En la actualidad cuenta con un total de 20 puestos ocupados, siendo la actividad principal la venta de productos alimenticios.



3.2. La muestra

Partiendo de las poblaciones comentadas en el apartado anterior, es decir, los consumidores y los comerciantes del municipio de Motril, y los consumidores de Salobreña, procedimos a realizar el cálculo de una muestra que fuese representativa para las tres poblaciones.

El cálculo de la muestra se realizó a través de la siguiente expresión:

$$n = \frac{Z^2 * Npq}{Ne^2 + Z^2pq}$$

n: tamaño de la muestra

Z: para un nivel de significación del 95%

e: error muestral

p: proporción de casos favorables

q: proporción de casos desfavorables

N: población total objeto de estudio

Una vez realizados los cálculos, para el caso de los *consumidores residentes en Motril*, con un error muestral del 4%, un nivel de confianza del 95% y $e=1.96$, tenemos una muestra de 593 personas (véase tabla III.2. de la ficha técnica). La distribución de la muestra se realizó de forma estratificada con afijación proporcional al sexo y a la edad. Esta distribución dio como resultado la siguiente tabla:



Tabla III.1. Distribución muestral del número de encuesta a realizar a la población de Motril según sexo y edad.

Grupos de edad	Sexo		Total
	Varones	Mujeres	
15-24 años	52	50	102
25-34 años	67	63	130
35-44 años	61	59	120
45-54 años	45	45	90
55-64 años	31	33	64
65-74 años	22	27	49
75 y más	15	24	38
Total	293	300	593

Fuente: elaboración propia.

Tabla III.2. Ficha técnica de las encuestas pasadas a los consumidores de Motril

Universo de estudio	Población empadronada en el Municipio de Motril de 15 y más años, según el Padrón Municipal de habitantes a 1 de Enero de 2007.
Muestra	593 encuestas.
Metodología	La muestra fue calculada para un nivel de significación del 95% y un error muestral del 4%.
Ámbito de aplicación	Las encuestas fueron realizadas en las calles de mayor afluencia de comercios.
Fecha de realización	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Comienzo de las encuestas:</i> 10 de Junio de 2008. • <i>Finalización de las encuestas:</i> 27 de Julio de 2008.

Fuente: elaboración propia.



La muestra de los consumidores de Salobreña, se calculó para un error muestral del 5%⁷, un nivel de confianza del 95% y $e=1.96$, dando como resultado una muestra de 370 personas. Véase ficha técnica en la tabla III.4. La distribución de la muestra se realizó de forma estratificada con afijación proporcional al sexo y a la edad. Dicha distribución queda reflejada en la tabla III.3.:

Tabla III.3. Distribución muestral del número de encuestas a realizar a la población de Salobreña según sexo y edad.

Grupos de edad	Sexo		Total
	Varones	Mujeres	
15-24 años	28	27	56
25-34 años	35	37	72
35-44 años	39	36	74
45-54 años	27	27	54
55-64 años	23	23	46
65-74 años	20	20	40
75 y más	12	16	28
Total	184	186	370

Fuente: elaboración propia

⁷ El error muestral utilizado para calcular la muestra de los consumidores de Salobreña es mayor que para los consumidores de Motril, porque el interés se centraba en conocer la opinión de otros consumidores de fuera de Motril sobre los comercios motrileños, no pretendiendo con ello generalizar los datos al resto de los consumidores foráneos.



Tabla III.4. Ficha técnica de las encuestas pasadas a los consumidores de Salobreña.

Universo de estudio	Población empadronada en el Municipio de Salobreña de 15 y más años, según el Padrón Municipal de habitantes a 1 de Enero de 2007, y que acuden a comprar al municipio de Motril.
Muestra	370 encuestas
Metodología	La muestra fue calculada para un nivel de significación del 95% y un error muestral del 5%
Ámbito de aplicación	Las encuestas fueron realizadas a pie de calle por todo el municipio de Salobreña.
Fecha de realización	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Comienzo de las encuestas:</i> 25 de julio de 2008. • <i>Finalización de las encuestas:</i> 16 de septiembre de 2008.

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la muestra de los comerciantes, tenemos que, con un nivel de confianza del 95%, un error muestral del 4% y $e= 1.96$, obtenemos una muestra de 216 comercios. Ésta muestra se distribuyó de forma estratificada con afijación proporcional a la zona en la que está ubicado el comercio, dándonos como resultado la distribución muestral que aparece en la tabla siguiente:

Tabla III. 5. Distribución muestral del número de encuestas a comerciantes según zona en el que está ubicado el comercio

Zona	Número de comercios	Número de encuesta
Zona 1. Centro	341	78
Zona 1.1. Mercado de Abastos	20	10
Zona 2. Calle Ancha	37	19
Zona 3. Avenida de los Álamos	15	8
Total	413	216

Fuente: elaboración propia.



Tabla III.6. Ficha técnica de las encuestas realizadas a los comerciantes del municipio de Motril.

Universo de estudio	Número de comercios establecidos en el municipio de Motril situados en las zonas 1, 2 y 3, en el año 2007.
Muestra	216 encuestas
Metodología	La muestra fue calculada para un nivel de significación del 95% y un error muestral del 4%
Ámbito de aplicación	Las encuestas fueron realizadas aleatoriamente a los comercios situados en las zonas mencionadas.
Fecha de realización	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Comienzo de las encuestas:</i> 6 de Junio de 2008 • <i>Finalización de las encuestas:</i> 14 de junio de 2008

Fuente: elaboración propia.

3.3. Herramientas metodológicas utilizadas

3.3.1. Obtención de datos primarios: El cuestionario.

El cuestionario, como método de obtención de datos, además de ser uno de los más utilizados en todo tipo de investigaciones, entre ellas las de consumo, es el método básico de la investigación por encuestas.

La utilización del término cuestionario, generalmente, hace referencia a las preguntas impresas utilizadas en una encuesta, pudiéndose definir ésta como “*la estrategia de investigación caracterizada por la aplicación de un procedimiento estandarizado para la obtención de información de una muestra amplia de sujetos*”⁸, aunque si hablamos de investigaciones cualitativas, este cuestionario se corresponde con el guión de una entrevista.

⁸ CEA D'ANCONA, M^a A.: *Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora.* Editorial Síntesis, 2004, p.28



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Fondo Social Europeo

EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

Si bien, el cuestionario en la investigación por encuestas presenta desventajas como la rigidez de las preguntas, nos permite, mediante un sistema de anotaciones simples, la facilitación del examen y la comparación de las respuestas⁹ (Ver tabla III.7.)

Una vez sopesadas las ventajas e inconvenientes, nos decidimos por la realización del cuestionario fundamentalmente por dos motivos, por un lado la posibilidad de comparar resultados y por otro, por la amplitud del estudio. Del mismo modo, tratamos de solventar el problema de la rigidez introduciendo preguntas abiertas en las que el encuestado, aunque de una forma no muy extensa, pudiese expresar sus valoraciones, así como un apartado final destinado a observaciones.

⁹ GARCÍA FERRANDO, M.; La encuesta, en *“El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación.”* Alianza Editorial, 2000.



Tabla III.7. Ventajas e inconvenientes de la encuesta.

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Permite abarcar un amplio abanico de cuestiones en un mismo estudio. • Facilita la comparación de resultados, al basarse en la estandarización y cuantificación de las respuestas. • Los resultados del estudio pueden generalizarse dentro de los límites marcados en el diseño y la ejecución de la investigación. • Posibilita la obtención de una información significativa, cuando no acontezcan graves errores en su realización. • Ventaja económica: puede conseguirse un volumen importante de información a un relativo mínimo coste económico y temporal. 	<ul style="list-style-type: none"> • No recomendable en poblaciones con dificultades para la comunicación verbal. • La información se restringe a la proporcionada por el individuo (a preguntas generalmente cerradas, con opciones de respuesta previamente fijadas). • La medición del entrevistador puede provocar efectos reactivos en las respuestas. • La carencia de referencias contextuales y vitales de los encuestados limita la interpretación de los resultados. • Acusa imprecisión para el estudio de la causalidad. • El desarrollo de una encuesta amplia resulta complejo y costoso.

Fuente: Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora. M^a Ángeles Cea D^a Ancona

3.3.1.1. Elaboración del cuestionario: pretest y cuestionario definitivo.

Previo a la elaboración del cuestionario definitivo y a la administración de éste, se procedió a aplicar un pretest, tanto a la población de consumidores como a la de comerciantes, con la intención de testear la viabilidad, el tiempo de administración y si la medición se adecuaba o no a lo que necesitábamos. El análisis del pretest, dio como resultado el cuestionario definitivo para su aplicación tanto para los consumidores como para los comerciantes.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

El cuestionario definitivo dirigido a los *consumidores* de Motril, consta de 31 preguntas con un total de 191 variables tenidas en cuenta. Como comentábamos antes, se introdujeron un total de 16 preguntas abiertas, incluyendo al final del mismo un apartado dedicado a posibles sugerencias, observaciones, etc. De éstas 16, la mayor parte están dirigidas a conocer cuales son las soluciones que aportarían los encuestados a determinados problemas planteados, así como la opinión, de una forma más extensa, del comercio motrileño¹⁰.

Por lo que respecta al cuestionario aplicado a la población de Salobreña, es el mismo que el de la población de Motril, a excepción de las preguntas referidas al barrio donde vive y a la valoración del comercio de su barrio.

Los bloques temáticos del cuestionario, independientemente del apartado sociodemográfico obligado, son fundamentalmente tres:

1. **Hábitos de consumo y compra.** Con preguntas como quién compra determinados productos, lugar en que los compra, frecuencia, etc., se pretendía conocer los hábitos de consumo de la población de Motril, así como obtener una primera aproximación a las carencias del comercio motrileño, en cuanto a la oferta de determinados productos.
2. **Valoración del comercio.** Con éste gran bloque, se trataba de conocer cual es la opinión del consumidor en cuanto a los comercios de Motril, así como los puntos fuertes y débiles del mismo, con preguntas como si realiza alguna de sus compras en otros municipios, cuales son los motivos que le llevan a comprar a otros municipios, etc.
3. **Horarios comerciales.** Hoy en día, en una sociedad en la que, en la mayor parte de los hogares, los dos miembros de la pareja trabajan fuera de casa, el tiempo destinado a la compra, así como a otros muchos aspectos de las labores del hogar, se ve reducido, así como obligado a adaptarlo al horario laboral. Es por ésta razón, por la que decidimos introducir este apartado, para ver si los horarios del comercio se adaptan y responden a la demanda de una familia, que cada vez tiene menos tiempo para realizar este tipo de actividades.

¹⁰ Tanto el pretest como los cuestionarios definitivos pueden verse en el anexo metodológico.



En cuanto al cuestionario correspondiente a los *comerciantes*, éste consta de 49 preguntas, en las que se han tenido en cuenta un total de 101 variables. Al igual que el cuestionario de los consumidores, éste, también está dividido en varios bloques temáticos, concretamente siete, y que son los siguientes:

1. **Perfil del comercio.** Con éste bloque se pretende conocer el tipo de negocio, el tiempo que lleva abierto, las infraestructuras con las que cuenta, etc.
2. **Comportamiento del consumidor.** Del mismo modo que nos interesa conocer el comportamiento del consumidor desde su propio punto de vista, también nos parecía importante conocer ese comportamiento pero desde el punto de vista del comerciante, con preguntas como la clientela fija que tiene, días de mayor asiduidad de consumidores, etc.
3. **Horarios.** Aunque es un bloque con muy pocas preguntas, creemos que era necesario saber, si los comerciantes conocen las demandas de los consumidores en cuanto a horarios de apertura se refiere.
4. **Asociaciones empresariales.** Pretendíamos conocer si existe asociacionismo entre los comerciantes de Motril, así como el grado de éste y la satisfacción con los servicios que prestan este tipo de asociaciones.
5. **Accesibilidad.** Dado que el comercio de Motril está situado principalmente en la zona centro, con todos los inconvenientes en cuanto a tráfico y accesibilidad que eso conlleva, se pretendía conocer cuáles eran los problemas existentes, si es que realmente los había, en cuanto a zonas de aparcamiento, zonas de carga y descarga, etc.
6. **Formación y personal.** Con preguntas como el número de cursos que realiza, el número de empleados que tiene y tipo de contratos que les ha realizado, pretendíamos conocer la estructura interna del comercio.
7. **Ayudas y servicios municipales.** Con estos bloques de preguntas se pretende conocer, por un lado, la información que tienen sobre las ayudas existentes para los pequeños comerciantes así como la satisfacción con las mismas, y por otro, la opinión que tienen los pequeños comerciantes sobre los servicios municipales de los que son usuarios.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

3.3.1.2. Aplicación de los cuestionarios.

Según la forma de recogida de datos, es decir, de aplicación del cuestionario, se han llevado a cabo dos tipos de encuestas, las cuales pasamos a explicar.

El cuestionario destinado a los consumidores de Motril, se hizo de forma presencial, entendiéndose por ésta *“la administración del cuestionario mediante entrevista personal, por separado, a cada uno de los individuos seleccionados en la muestra. Es el encuestador quien formula las preguntas y anota las respuestas en el cuestionario”*¹¹. Si bien, este método tiene inconvenientes como la reactividad del encuestado ante el entrevistador, tiene ventajas, que a nuestro juicio, favorecerían la obtención de datos a través de ésta modalidad, como el mayor porcentaje de respuesta.

Para la aplicación del cuestionario (Motril), se tuvieron en cuenta las mismas zonas en las que se dividió el municipio para realizar la muestra de los comerciantes. Es decir las encuestas fueron administradas aleatoriamente, cubriendo las cuotas de edad y sexo, a los individuos que se encontraban realizando sus compras en la zona 1 (área comprendida por la Avenida Salobreña, Avenida de Andalucía, Calle Nueva y Calle de las Cañas), zona 2 (Calle Ancha) y zona 3 (Avenida Rambla de los Álamos).

De igual modo que las encuestas a los consumidores de Motril, las realizadas a los consumidores de Salobreña, se aplicaron de forma aleatoria atendiendo a las cuotas de edad y sexo establecidas. En éste caso, las encuestas se realizaron por todo el municipio, sin zonas preestablecidas.

Por último, el cuestionario dirigido a los comerciantes, se administró principalmente de forma presencial, aunque en un primer momento, principalmente por motivos de tiempo, el cuestionario empezó a realizarse por teléfono.

¹¹ CEA D'ANCONA, M^a.A.: Metodología *cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Síntesis Editorial, Madrid, 2001.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

Las zonas de aplicación del cuestionario, fueron las determinadas para el cálculo de la muestra.

3.3.2. Obtención de datos secundarios y revisión bibliográfica.

Por datos secundarios entendemos *“aquellos datos que se utilizan en una investigación empírica, pero no son obtenidos en el curso de la misma, ya que proceden de una investigación anterior, en la cual tuvieron el carácter de datos primarios”*¹².

Las fuentes de datos secundarios utilizados han sido principalmente estadística, tales como los censos de población, los padrones municipales, la distribución en secciones censales y distritos del municipio de Motril¹³, datos económicos publicados por el servicio de estudios “La Caixa”, así como los censo de comercios facilitados por el Ayuntamiento de Motril y la Cámara de Comercio¹⁴.

Igualmente se ha realizado una revisión bibliográfica, sobre estudios y publicaciones realizadas sobre el comercio en Motril, sobre el comercio minorista, así como de hábitos de consumo.

Del mismo modo, también se realizó una revisión de la documentación aportada por el ayuntamiento a cerca de yacimientos de empleo en el comercio minorista, y sobre todo del centro comercial abierto.

3.4. Fases del estudio

La realización del estudio se ha llevado a cabo en varias fases, las cuales enumeraremos a continuación, explicando los puntos del estudio que se han llevado a cabo en cada una de ellas.

¹² GINER, S.; LAMO DE ESPINOSA, E.; TORRES, C.: *Diccionario de Sociología*. Alianza Editorial, Madrid 2001, p.176

¹³ La división administrativa del municipio por secciones censales y distritos ha sido facilitada por el Ayuntamiento de Motril.

¹⁴ Todas las fuentes utilizadas en este estudio aparecerán en un apartado al final del mismo destinado a la bibliografía utilizada.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL



Fondo Social Europeo

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

3.4.1. Primera fase: preparación de los instrumentos de obtención de datos.

A partir de los objetivos planteados, se llevó a cabo en primer lugar una revisión bibliográfica a cerca de los temas planteados en los mismos, como otros estudios realizados sobre hábitos de consumo y compra, publicaciones a cerca de los aspectos clave a tener en cuenta sobre los centros comerciales abiertos, ayudas al pequeños comercio existentes, etc.

Del mismo modo se realizó una recopilación de datos secundarios, del padrón de habitantes, del censo de comercios, de las asociaciones de comerciantes, etc., a partir de los cuales se desarrolló una evolución reciente tanto de la situación demográfica del municipio como de los comercios existentes en el mismo.

Seguidamente, se procedió al cálculo de las muestras a partir de los datos secundarios obtenidos, y por último a la elaboración del pretest, con la intención de testear la viabilidad del cuestionario.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

3.4.2. Segunda fase: Trabajo de campo.

En esta segunda fase, se produjo el primer acercamiento al terreno con la aplicación de los pretest elaborados en la fase anterior. Tras su aplicación y análisis, se procedió a la corrección de este, eliminando y reformulando preguntas que no habían quedado claras y no permitían medir los objetivos perseguidos. Estas correcciones dieron como resultado los cuestionarios definitivos que se pasarían a las muestras de población de comerciantes y de consumidores.

Las encuestas fueron realizadas por un total de 14 encuestadores, a los que previamente se les entrenó, para que a la hora de administrar el cuestionario, no hubiese problemas en la comprensión del mismo.

En cuanto a la aplicación de las encuestas, en el caso de los consumidores, lo que nos interesaba conocer, era los hábitos de consumo de la población residente, por los que se decidió realizar las encuestas en las zonas de mayor abundancia de comercios, no siendo necesario realizar rutas, utilizándose para ello la misma división que para el caso de los comerciantes.

En el caso de las encuestas realizadas a la población de Salobreña, se hicieron por todo el municipio, sin previo establecimiento de rutas.

En lo referente a las encuestas realizadas a los comerciantes del municipio, como apuntamos anteriormente, por motivos de tiempo, se realizaron una serie de encuestas por teléfono, pasando posteriormente a realizarse personalmente.

Simultáneamente al trabajo realizado por lo encuestadores se realizó una labor de supervisión del mismo, así como de las encuestas realizadas, garantizándonos, de este modo, que no hubiese ningún error en las encuestas y que posteriormente tuviesen que ser invalidadas, lo cual alargaría de manera innecesaria el trabajo de campo.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Fondo Social Europeo

EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

3.4.3. Tercera fase: Análisis de los datos.

En esta tercera fase se desarrollaron varias tareas. En primer lugar, y paralelamente al desarrollo del trabajo de campo, se procedió a crear el libro de códigos necesario para poder llevar a cabo la siguiente tarea, codificar.

La codificación fue realizada por los mismos encuestadores, que previamente habían sido aleccionados en la labor de la codificación. Dicha tarea fue supervisada por los responsables del estudio.

Una vez terminada la codificación de las encuestas, se procedió a la depuración de la base de datos, por si hubiese habido algún error en la codificación de las mismas. Finalizada ésta, y tras haber corregido los errores, se procedió al análisis estadístico de los datos con el programa informático SPSS 15.0, los cuales serán la base para la redacción del informe de resultados definitivo del estudio.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Fondo Social Europeo

EXCMO. AYTO. MOTRIL
ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



S.I.C.I. DOMINUS.SL.

Mesones, 10 2º E-18001 Granada (España) Tel: +34 958 523544 Fax: +34 958 520589
Web: www.sicidominus.com
e-mail: dominus@sicidominus.com



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Fondo Social Europeo

EXCMO. AYTO. MOTRIL
ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



S.I.C.I. DOMINUS.SL.

Mesones, 10 2º E-18001 Granada (España) Tel: +34 958 523544 Fax: +34 958 520589
Web: www.sicidominus.com
e-mail: dominus@sicidominus.com