

ESTUDIO Y EVALUACIÓN DE LA APLICACIÓN DEL
“PLAN GENERAL PARA EL EQUIPAMIENTO
COMERCIAL DE ARAGÓN”

7. CUESTIONARIOS UTILIZADOS

FICHA TÉCNICA ENCUESTA COMERCIANTES ZARAGOZA

ESTUDIO DE OFERTA COMERCIAL ZARAGOZA CAPITAL

TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:	ENTREVISTA PERSONAL AL RESPONSABLE DEL ESTABLECIMIENTO
LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA:	EN EL INTERIOR DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.
UNIVERSO:	ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE ZARAGOZA, CON UN UNIVERSO DE 13.148 COMERCIOS
TAMAÑO DE LA MUESTRA:	293 ENCUESTAS VÁLIDAS
ERROR DE MUESTREO Y NIVEL DE CONFIANZA:	ERROR MUESTRAL DEL +/- 5,65 % , ASOCIADO A UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95% (1,96 SIGMA) Y DISPERSIÓN P= Q= 50%
MÉTODO DE MUESTREO:	SELECCIÓN ALEATORIA EN BASE A CENSO COMERCIAL SOBRE LA TOTALIDAD DE COMERCIOS DE ZARAGOZA CAPITAL.

FICHA TÉCNICA ENCUESTA COMERCIANTES MUNICIPIOS

MUNICIPIOS DE MÁS DE 1.000 HABITANTES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN, EXCEPTO ZARAGOZA CAPITAL

TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:	ENTREVISTA PERSONAL AL RESPONSABLE DEL ESTABLECIMIENTO
LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA:	EN EL INTERIOR DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.
UNIVERSO:	ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN MUNICIPIOS DE MÁS DE 1.000 HABITANTES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN, EXCEPTO ZARAGOZA CAPITAL, CON UN UNIVERSO DE 11.309 COMERCIOS
TAMAÑO DE LA MUESTRA:	293 ENCUESTAS VÁLIDAS
ERROR DE MUESTREO Y NIVEL DE CONFIANZA:	ERROR MUESTRAL DEL +/- 5,65 % , ASOCIADO A UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95% (1,96 SIGMA) Y DISPERSIÓN P= Q= 50%
MÉTODO DE MUESTREO:	SELECCIÓN ALEATORIA EN BASE A CENSO COMERCIAL SOBRE LA TOTALIDAD DE COMERCIOS EN MUNICIPIOS DE MÁS DE 1.000 HABITANTES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN, EXCEPTO ZARAGOZA CAPITAL.

1.- ¿En que año comenzó esta actividad comercial?

2.- ¿Cuántos empleados trabajan en el establecimiento, incluyéndole a usted?

	Familia	No familia
Fijos		
Temporales		

3.- El local es: Propio /Familiar Alquilado

4.- ¿Tiene intención de cambiar de local? Si No Lugar:

5.- ¿Tiene intención de cerrar o traspasar el negocio? Si No

6.- ¿Tiene previsto realizar reformas en su local? Si No

Última Reforma:

Descripción:

7.- ¿Cómo realiza sus compras o contacta con sus proveedores?

	Asistencia a ferias
	Catálogos
	Viajantes
	Visita al proveedor
	Otros (Internet) :

8.- ¿Cree que su negocio esta adaptado a las nuevas tendencias comerciales?

Si No Impresión:

9.- ¿Cree que su negocio debería mejorar en algún aspecto?

	Ninguno
	Escaparatismo
	Presentación del producto en el interior del establecimiento
	Publicidad
	Producto (surtido, calidad)
	Precios
	Decoración
	Atención al cliente
	Pertenencia a organización comercial (ej: agrupación de compras)
	Seguridad (medidas de seguridad)
	Otros

10.- ¿Ha realizado cursillos de formación: Si No

Curso

11.- ¿Le interesa recibir a usted o a alguno de sus empleados algún tipo de formación? Si No

	Atención al cliente
	Compras / Gestión de Stocks
	Publicidad
	Seguridad e higiene
	Informática y nuevas tecnologías (Internet)
	Gestión
	Ninguna
	Otras

12.- Valore las acciones que considere importantes a realizar en el comercio

	Formación / cursillos
	Acciones conjuntas de publicidad y promoción
	Información sobre nuevas tendencias en el comercio
	Realización de agrupaciones de compras
	Acciones de mejora de la seguridad
	Otras que desee añadir

1. Nada importante
2. Poco importante
3. Indiferente
4. importante
5. Muy importante

Perfil del Responsable del Comercio

13.- ¿Podría indicarnos los siguientes datos? Edad Hombre Mujer

14.- Nivel de formación: Sin estudios Elementales Medios Superiores

15.- ¿Pertenece a alguna Cadena Comercial? Si No

Cuales:

16.- Opina que su público está:

	Muy Satisfecho
	Satisfecho
	Indiferente
	Poco Satisfecho
	Nada Satisfecho

17.- ¿Ha sido su establecimiento víctima de algún acto delictivo últimamente?

Si No

Tipo de delito: Atraco
Robo
Timo
Otro

Valoración personal por parte del equipo consultor

18.- Tecnología Informática: Si No Descripción:

19.- Valora de 1 a 5 los siguientes aspectos:

1. Muy malo
2. Malo
3. Normal
4. Bueno
5. Muy bueno

- ⊖ Limpieza (suelo, aseo personal, orden)
- ⊖ Servicio / atención al cliente (modales, sonrisa)
- ⊖ Surtido (coherencia)
- ⊖ Merchandising (etiquetaje, presentación, etc.)
- ⊖ Decoración (ambientación interior, fachada)
- ⊖ Equipamiento (T.P.V, caja, etc.)
- ⊖ Situación / ubicación
- ⊖ Accesibilidad
- ⊖ Escaparatismo (animación, iluminación, etc.)

FICHA TÉCNICA ENCUESTA CONSUMIDORES ZARAGOZA

ZARAGOZA CAPITAL

HÁBITOS DE CONSUMO EN RELACIÓN A:

- } ZONAS COMERCIALES
- } ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
- } FAMILIAS Y TIPOS DE PRODUCTOS
- } MOTIVACIONES DE COMPRA
- } FRECUENCIA DE LAS COMPRAS

TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN:	ENTREVISTA PERSONAL
LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA:	CIRCUITO URBANO PREESTABLECIDO POR LAS AREAS COMERCIALES DE ZARAGOZA, CON COBERTURA DE TODO EL ESPECTRO HORARIO DE APERTURAS COMERCIALES.
UNIVERSO:	POBLACIÓN DE HECHO DE ZARAGOZA, ENTRE LOS 16 Y 75 AÑOS DE EDAD (AMBOS INCLUSIVE), CON UN UNIVERSO DE 601.674 HABITANTES
TAMAÑO DE LA MUESTRA:	304 ENCUESTAS
ERROR DE MUESTREO Y NIVEL DE CONFIANZA:	ERROR MUESTRAL DEL +/- 5,6% , ASOCIADO A UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95% (1,96 SIGMA) Y DISPERSIÓN P= Q= 50%
MÉTODO DE MUESTREO:	NO PROBABILÍSTICO, ESTRATIFICADO POR CUOTAS , SELECCIÓN DE INDIVIDUOS SEGÚN CUOTAS PROPORCIONALES DE SEXO Y EDAD REPRESENTATIVAS DE LA POBLACIÓN

FICHA TÉCNICA ENCUESTA CONSUMIDORES MUNICIPIOS

MUNICIPIOS DE MÁS DE 1.000 HABITANTES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN, EXCEPTO ZARAGOZA CAPITAL

HÁBITOS DE CONSUMO EN RELACIÓN A:

- } ZONAS COMERCIALES
- } ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
- } FAMILIAS Y TIPOS DE PRODUCTOS
- } MOTIVACIONES DE COMPRA
- } FRECUENCIA DE LAS COMPRAS

TÉCNICA INVESTIGACIÓN:	DE	ENTREVISTA PERSONAL
LUGAR DE REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA:		CIRCUITO URBANO PREESTABLECIDO POR LAS AREAS COMERCIALES DE CADA POBLACIÓN, CON COBERTURA DE TODO EL ESPECTRO HORARIO DE APERTURAS COMERCIALES.
UNIVERSO:		POBLACIÓN DE HECHO DE MUNICIPIOS DE MÁS DE 1.000 HABITANTES DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ARAGÓN, EXCEPTO ZARAGOZA CAPITAL, ENTRE LOS 16 Y 75 AÑOS DE EDAD (AMBOS INCLUSIVE), CON UN UNIVERSO DE 602.541 HABITANTES
TAMAÑO DE LA MUESTRA:		304 ENCUESTAS
ERROR DE MUESTREO Y NIVEL DE CONFIANZA:		ERROR MUESTRAL DEL +/- 5,6% , ASOCIADO A UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95% (1,96 SIGMA) Y DISPERSIÓN P= Q= 50%
MÉTODO DE MUESTREO:		NO PROBABILISTICO, ESTRATIFICADO POR CUOTAS, SELECCIÓN DE INDIVIDUOS SEGÚN CUOTAS PROPORCIONALES DE SEXO Y EDAD REPRESENTATIVAS DE LA POBLACIÓN

Estudio y Evaluación de la Aplicación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

¿Podría indicarme en que localidad y tipo de establecimiento compra **NORMALMENTE** los siguientes productos?: (Puede responder dos opciones)

		Su Localidad	Otra Población	Establecimiento	Situación	Razones	Frecuencia
Alimentación	Perecederos						
	No perecederos						

		Su Localidad	Otra Población	Establecimiento	Situación	Razones	Frecuencia
Equipamiento personal	Ropa						
	Deportes						
	Calzado y complementos						

		Su Localidad	Otra Población	Establecimiento	Situación	Razones	Frecuencia
Equipamiento de hogar	Textil hogar						
	Mobiliario						
	Electrodomésticos						
	Menaje						

		Su Localidad	Otra Población	Establecimiento	Situación	Razones	Frecuencia
Ocio	Libros, informática, videos, deportes.						

		Su Localidad	Otra Población	Establecimiento	Situación	Razones	Frecuencia
Droguería y Perfumería							

		Su Localidad	Otra Población	Establecimiento	Situación	Razones	Frecuencia
Ferretería							

ESTABLECIMIENTO		SITUACIÓN:	
01	TIENDA TRADICIONAL	01	EN UN BARRIO
02	TIENDA ESPECIALIZADA	02	CENTRO
03	SUPERMERCADO	03	FUERA CIUDAD
04	HIPERMERCADO	04	OTROS
05	GRAN ALMACEN		
06	CENTRO COMERCIAL		
07	DISCOUNT		
08	VENTA AMBULANTE		
09	OTROS		

RAZONES:		FRECUENCIA	
01	PRECIO	01	DIARIA
02	CALIDAD Y SERVICIO	02	VARIAS VECES POR SEMANA
03	SURTIDO	03	SEMANTAL
04	COMODIDAD / PROXIMIDAD	04	CADA DOS SEMANAS
05	COSTUMBRE	05	MENSUAL
06	HORARIO	06	VARIAS VECES AL AÑO
07	AMBIENTE	07	ANUAL
08	PARKING	08	OCASIONAL
09	OCIO	09	REPOSICION
10	OTROS		

Observaciones del encuestador:

Localidad:

Ocupación:

Edad:

Sexo: