

Material y método

Realizar una consulta a los dos grupos sociales que se encuentran dentro del “Mercado 16 de Septiembre”, es de gran interés para la Secretaría de Desarrollo Económico, ya que de esta forma conocerá las causas que han propiciado la disminución de visitas a esta organización popular del Estado de México. Debido a esto se analizarán los factores que generan los bajos niveles de visitas, las formas de interrelación entre visitantes y comerciantes, el tipo de organización y comunicación interna con el propósito de establecer decisiones a través de estrategias que permitan mejorar la competitiva del “Mercado 16 de Septiembre”.



Para el presente estudio se aplicó el método de investigación descriptiva que Naresh K. (2004) indica: “tipo de investigación conclusiva que tiene como objetivo principal la descripción de algo, por lo general características o funciones del mercado”. Danhke, (1989) lo indica como sigue: “buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (Variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”.

Se aplicó la técnica de muestreo no probabilístico, por conveniencia, a los locatarios del “Mercado 16 de Septiembre”, donde la selección de los elementos se basa en el criterio del investigador de acuerdo al interés de la investigación. Además se implementaron encuestas para conocer la problemática que tienen los locatarios establecidos en el “Mercado 16 de Septiembre” de acuerdo a las condiciones en las que se encuentra actualmente este establecimiento. Por otro lado, también se utilizan en la investigación dos métodos: cuantitativo y cualitativo, el primero da a conocer el comportamiento humano y el segundo consiste en recopilar las características de los locatarios tales como el lenguaje hablado o escrito, así como describir las cualidades de la conducta observable.

La investigación cuantitativa busca ordenar los datos y en general aplicar alguna forma de análisis estadístico, se asocia principalmente para recoger información primaria que permita estudiar elementos de una población que poseen característica similares, y así reunir datos con los cuales se identifique el comportamiento del fenómeno.

La investigación cualitativa es de carácter exploratorio que pretende determinar principalmente aspectos diversos del comportamiento humano, como: motivaciones, actitudes, intenciones, creencias, gustos y preferencias. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

A continuación se presenta el cuestionario que se utilizó para recabar la información necesaria para la consulta.

 GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO	PERFIL DEL COMERCIANTES ENCUESTA A MERCADOS, ESTADO DE MÉXICO	
Folio _____ Fecha _____ Municipio: _____ Mercado: _____		
1. Giro comercial		
a. Carnícos I. Pollo II. Res III. Pescado y marisco b. Abarrotes c. Granos, semillas y cereales d. Frutas e. Verduras y legumbres f. Dulces g. Comida preparada h. Tortillerías i. Tienda naturista j. Expendio de pan k. Calzado l. Ropa en general m. Artículos de fantasía	IV. De cerdo V. Borrego n. Artículos electrónicos o. Tlapalería y ferretería p. Venta de películas y cassettes q. Flores r. Teléfonos celulares s. Plásticos t. Papelería u. Baños públicos v. Artesanías w. Farmacias x. Otro _____	
2. ¿Su local es?		
a. Propio b. Rentado	c. Prestado d. Comodato	
3. ¿Cuánta gente trabaja en el negocio (a parte del dueño)?		
a. Empleados _____	b. Familiares _____	
4. ¿Cuántos días a la semana abre su negocio? _____		
5. ¿A qué hora abre su negocio? _____		
6. ¿A qué hora cierra su negocio? _____		
7. ¿A parte de este negocio tiene otro?		
a. Si	b. No	
8. ¿Qué tiempo tiene operando este negocio?		
a. De 0 a 3 años b. De 4 a 6 años	c. De 7 a 10 años d. Más de 10 años	
9. ¿Dónde compra su producto (s)?		
a. Central de abastos ¿Cuál? _____ b. Tiendas mayoristas	c. Los proveedores llegan al negocio d. Otro ¿Cuál? _____	
10. ¿Cada cuánto realiza sus compras?		
a. Diario b. C./a 3 días c. Semanal	d. Quincenal e. Mensual	
11. ¿Qué medio de transporte utiliza para trasladar sus productos?		
a. Transporte propio b. Renta transporte	c. No necesita, llega a su negocio d. Transporte público	
1		
Dirección General de Comercio		



ENCUESTA A MERCADOS, ESTADO DE MÉXICO

12. ¿En qué forma le paga el cliente?

- a. Al contado
- b. Vales de despensa
- c. Otro-----

13. ¿Cuándo hace sus ventas que documento expide?

- a. Nada
- b. Nota de remisión
- c. otro

14. ¿Con qué infraestructura cuenta su establecimiento para el manejo y conservación de sus productos?

- a. Refrigerador
- b. Caja registradora
- c. Báscula
- d. Área de exhibición y venta
- e. Estacionamiento para clientes

15. ¿Qué medidas de protección civil considera que requiere el mercado?

- a. Señalización de rutas de evacuación
- b. Extintores
- c. Salidas de emergencia
- d. Contar con botiquín en cada nave y/o bodega
- e. Cursos de protección civil

16. ¿Conoce el reglamento del mercado?

- a. Si
- b. No

17. Evalúe los siguientes aspectos del mercado

CONCEPTO	BUENO	REGULAR	MALO
Estado físico del mercado			
Seguridad			
Limpieza			
Servicio de agua y drenaje			
Instalación eléctrica			
Techumbre			
Sanitarios			
Vialidad			
Organización Interna			

18. En su opinión qué necesidad tiene el mercado, en cuanto a infraestructura

- a. Ampliación
- b. Remodelación y/o habilitación
- c. Reorganización
- d. Vías de acceso
- e. Reubicación
- f. Construcción de otro mercado

19. ¿Considera que el mercado es funcional?

- a. Si
- b. No



ENCUESTA A MERCADOS, ESTADO DE MÉXICO

20. ¿Cuál es la problemática que existe dentro del mercado?

- a. Inseguridad
- b. Limpieza
- c. Ambulantaje
- d. Invasión de los pasillos de acceso
- e. Infraestructura inadecuada
- f. Mala imagen de la central de abastos
- g. Desorganización interna
- h. Desorganización de giros

21. ¿Cuáles son las sugerencias más frecuentes, que realizan los consumidores?

- a. Aceptación de vales de despensa
- b. Aceptación de tarjetas de crédito y/o débito
- c. Falta de cestos de basura (limpieza)
- d. Mala atención
- e. Precios elevados
- f. Mejorar la imagen del mercado

22. ¿Qué acciones considera podrían incrementar sus ventas?

- a. Variedad de productos
- b. Precios accesibles
- c. Promociones y publicidad
- d. Calidad en el servicio
- e. Variedad de giros
- d. Calidad de los productos

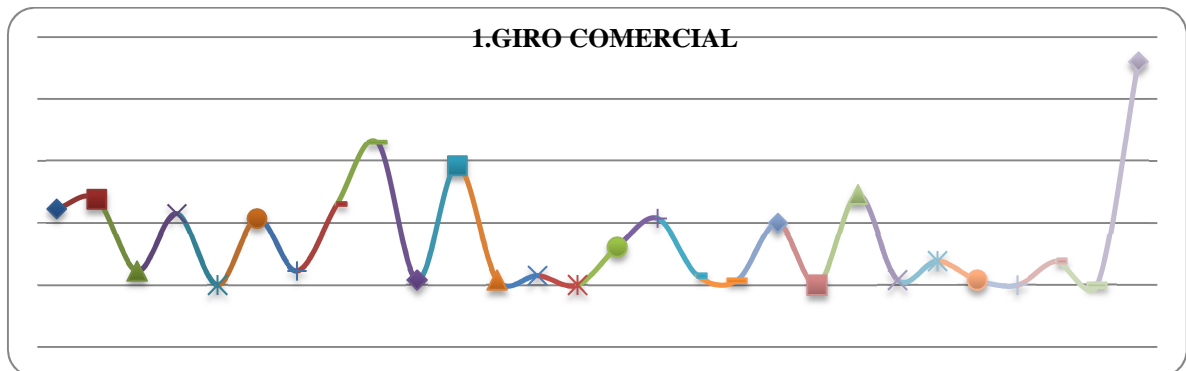
OBSERVACIONES

¡GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!

Resultados

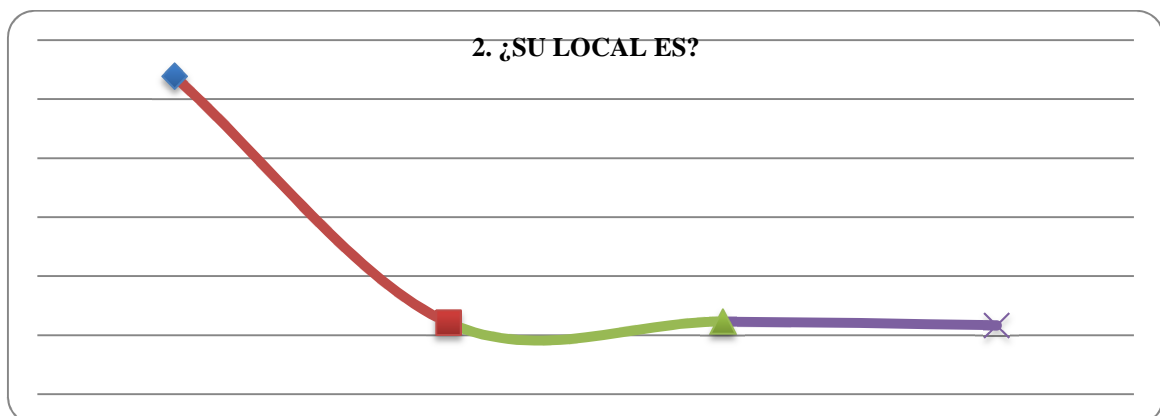
Se encuestaron a 261 locatarios del “*Mercado 16 de Septiembre*” de los cuales se tienen las siguientes observaciones:

I.1. El mercado cuenta con una amplia variedad de giros en que los visitantes pueden encontrar múltiples productos desde los tradicionales como carnes y verduras hasta herramientas y la modernidad de teléfonos celulares.



GRÁFICA 1. Giro Comercial FUENTE: Propia del autor.

I.2. De los 261 locatarios encuestados más 80% mencionan que son dueños de su establecimiento y el resto de ellos renta o prestan a alguien el local para ejercer su funcionamiento.



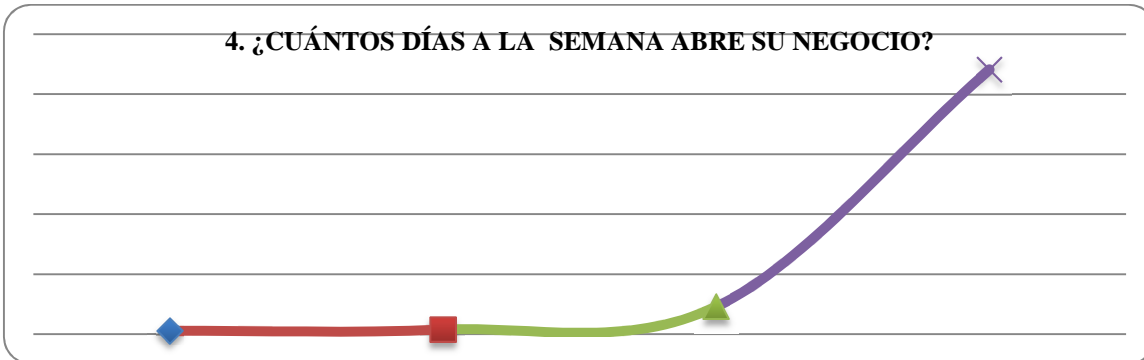
GRÁFICA 2. ¿Su local es? FUENTE: Propia del autor.

I.3. Los familiares representan el 67% de la fuerza laboral de los locatarios, ya que para ellos es más confiable y seguro trabajar en familia. Solamente el 22% cuenta con empleados para ayudar en el negocio.



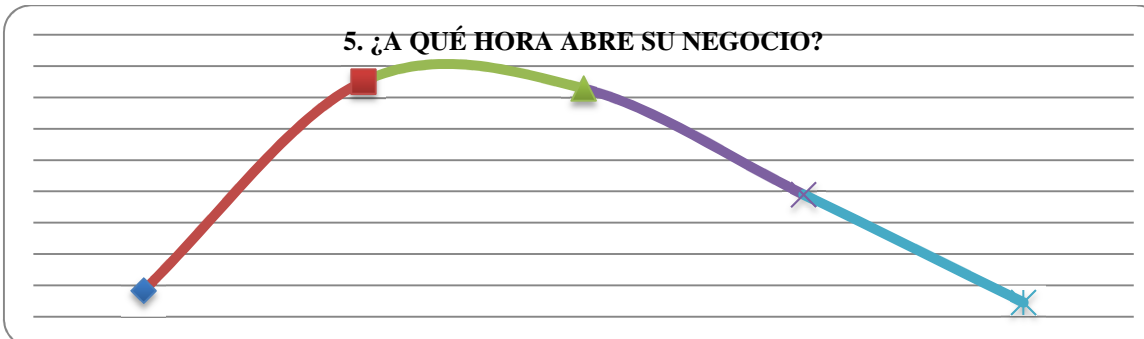
GRÁFICA 3. ¿Cuánta gente trabaja en el negocio? FUENTE: Propia del autor.

I.4. Casi el 90% de los establecimientos que conforman el “*Mercado 16 de Septiembre*” abren los 7 días de la semana para ofrecer sus servicios a los clientes.



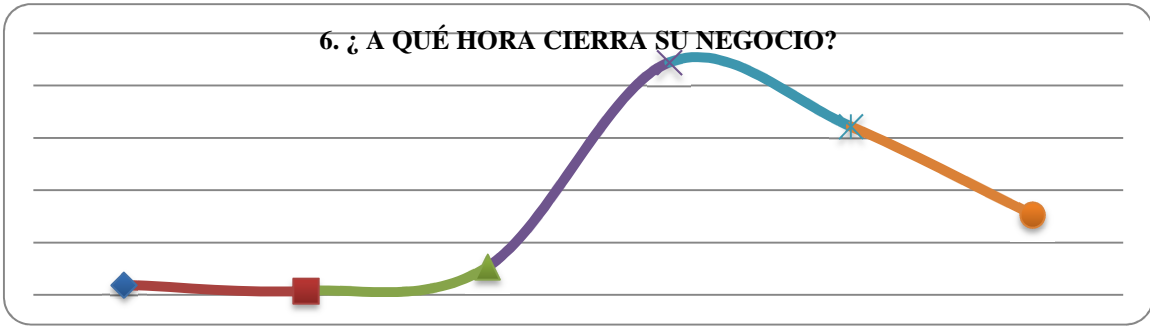
GRÁFICA 4. ¿Cuántos días a la semana abre su negocio? FUENTE: Propia del autor.

I.5. Las puertas del mercado se abren a partir de las 7 am. Sin embargo, se destaca que la mayoría de los establecimientos comerciales inician sus actividades a partir de las 8 am, esto de acuerdo al giro comercial al que pertenecen.



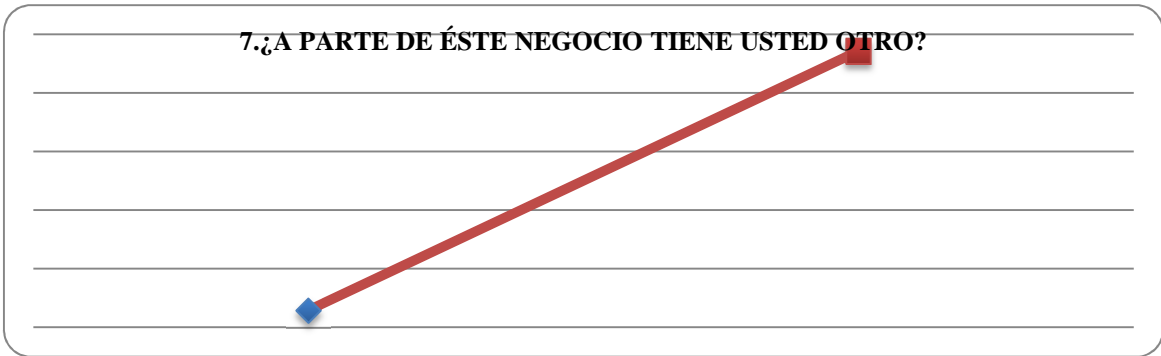
GRÁFICA 5. ¿A qué hora abre su negocio? FUENTE: Propia del autor.

I.6. El mercado cierra sus puertas a las 8 pm. Sin embargo el 44% de los locatarios cierra negocio a la 6 pm.



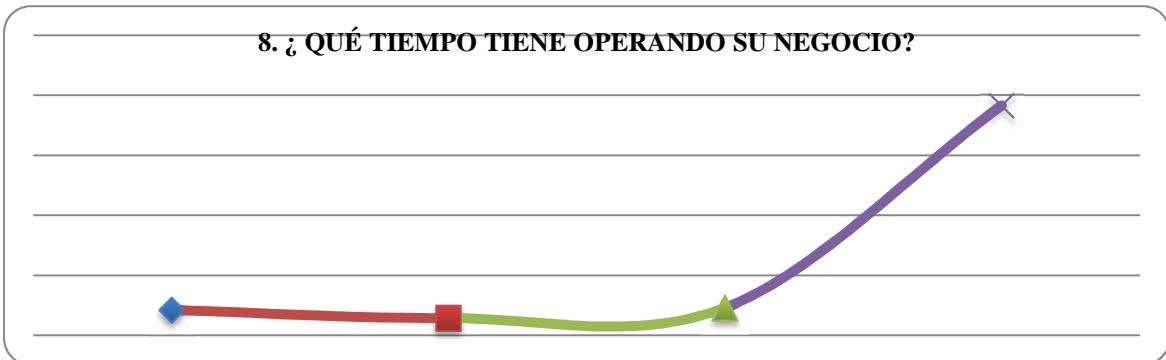
GRÁFICA 6. ¿A qué hora cierra su negocio? FUENTE: Propia del autor.

I.7. Más del 90% de los locatarios cuentan con solo un negocio, pero en su mayoría abarcan más de un solo local por lo que el espacio obtiene una dimensión más amplia dentro del mercado.



GRÁFICA 7.¿Aparte de éste negocio tiene usted otro? FUENTE: Propia del autor.

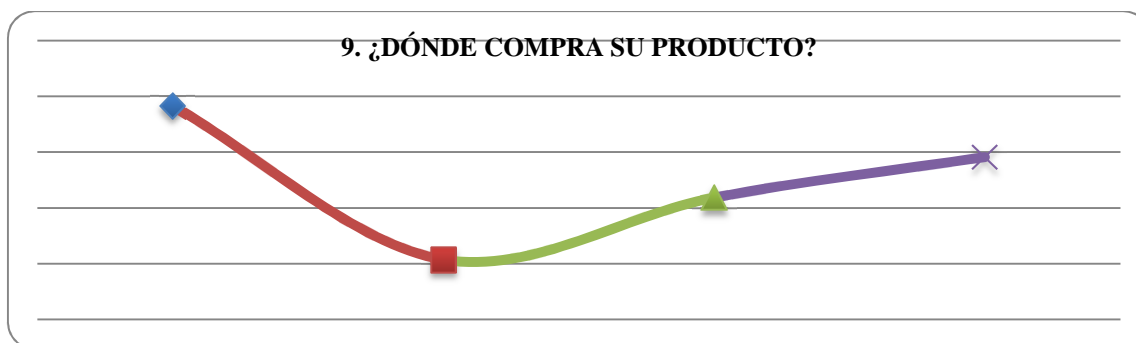
I.8. Gran parte de los comerciantes cuenta con más de 10 años en funcionamiento, esto debido a que la mayoría se estableció desde los inicios del mercado o se han heredado de generación en generación.



GRÁFICA 8. ¿Qué tiempo tiene operando su negocio? FUENTE: Propia del autor.

I.9. Los lugares a los que recurren los comerciantes para abastecerse de productos a ofertar es en la central de abastos, ya que ahí cuentan con una gran variedad de productos y a precios accesibles para su comercialización.

También es significativo el porcentaje de proveedores que de manera directa entregan los productos a los comerciantes del mercado.



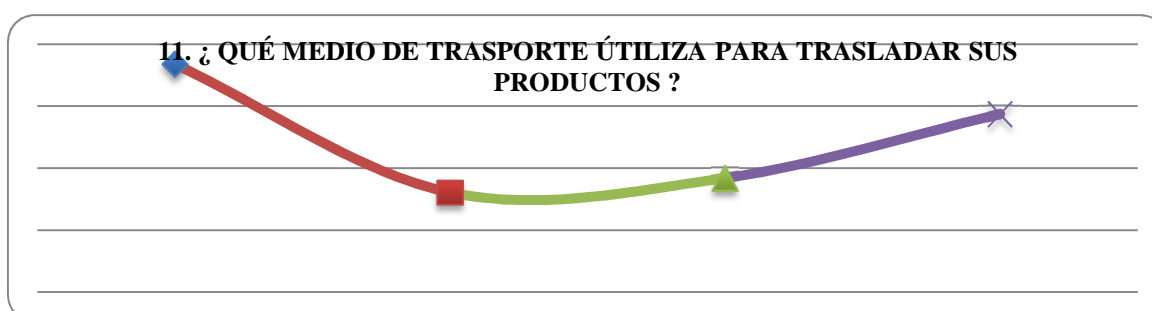
GRÁFICA 9. ¿Dónde compra su producto? FUENTE: Propia del autor.

I.10. Los comerciantes realizan sus compras de acuerdo al producto ofertado y la demanda con la que cuentan ya que muchos productos son perecederos, por lo que las compras se tienen que realizar frecuentemente.



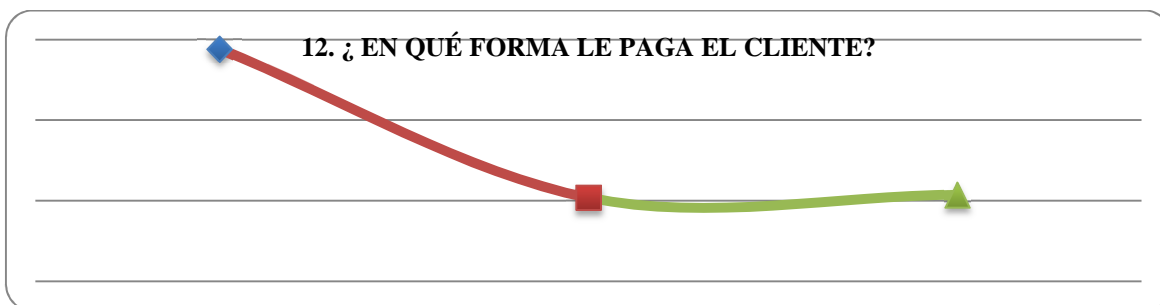
GRÁFICA10. ¿Cada cuándo realiza sus compras? FUENTE: Propia del autor.

I.11. Casi un 40% de los comerciantes cuenta con transporte propio, y lo utiliza para trasladar sus productos al mercado. Un 49% tiene la necesidad de contratar un medio de transporte para trasladar sus productos hasta su establecimiento.



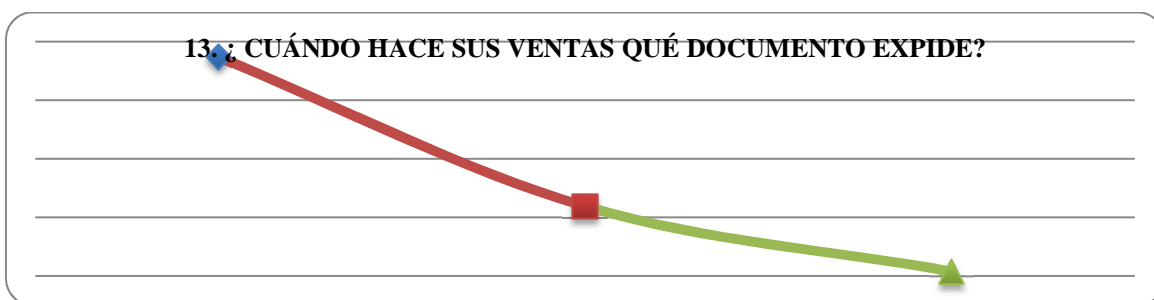
GRÁFICA11. ¿Qué medio de transporte utiliza para trasladar sus productos? FUENTE: Propia del autor.

I.12. Cuando la gente realiza sus compras la forma de pago es al contado, ya que la mayoría de los establecimientos no acepta ningún otro tipo de pago como las tarjetas de crédito y vales de despensa.



GRÁFICA12. ¿En qué forma le paga el cliente? FUENTE: Propia del autor.

I.13. Poco más del 74% de los comerciantes no extiende ningún tipo de documento al realizar sus ventas, solamente lo extienden cuando el cliente se lo solicita y dependiendo del tipo de producto que se vende.



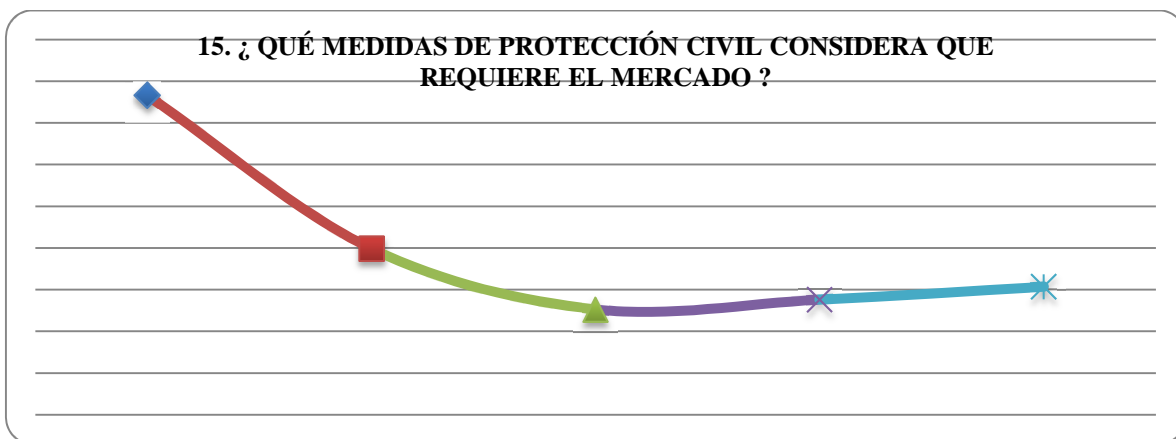
GRÁFICA13. ¿Cuándo hace sus ventas, qué documento expide? FUENTE: Propia del autor.

I.14. La infraestructura con la que cuentan los locales va a depender del giro al que pertenecen, cabe mencionar que la mayoría solo necesita una báscula y área de exhibición para ofrecer sus servicios dado que el giro principal del mercado es cárnico este tipo de negocio cuenta con refrigerador. Lo destacado es que ninguno cuenta con estacionamiento para clientes.



GRÁFICA 14. ¿Con qué infraestructura cuenta su establecimiento para el manejo y conservación de sus productos? FUENTE: Propia del autor.

I.15. El 37% de los comerciantes percibe que el mercado requiere de señalización de rutas de evacuación y un 20% de los consultados considera que el mercado requiere de más extintores.



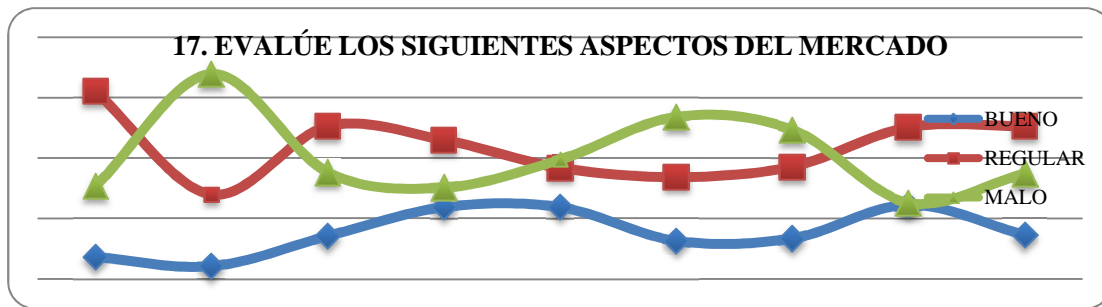
GRÁFICA 15. ¿Qué medidas de protección civil considera que requiere el mercado? FUENTE: Propia del autor.

I.16. Más del 54% de los comerciantes no conoce el reglamento del mercado, ya que no se les ha notificado.



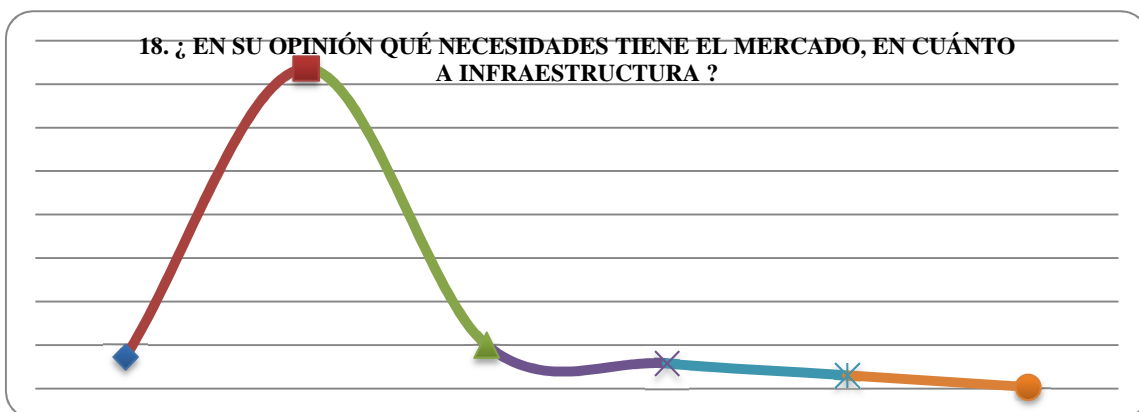
GRÁFICA 16. ¿Conoce el reglamento del mercado? FUENTE: Propia del autor.

I.17. Entre los aspectos evaluados por los comerciantes se destaca como buena la instalación eléctrica, debido a que en este momento se encuentran renovándola, por el contrario la parte de la que más se quejan es la seguridad, ya que no cuentan con vigilancia para la protección de ellos y los clientes.



GRÁFICA 17. ¿Evalúe los siguientes aspectos del mercado? FUENTE: Propia del autor.

I.18. Los comerciantes sugieren que se haga una remodelación en el mercado, para cambiar su infraestructura y de esta manera atraer a los clientes que han dejado de frecuentarlo y estos mismos tengan una mejor imagen del establecimiento.



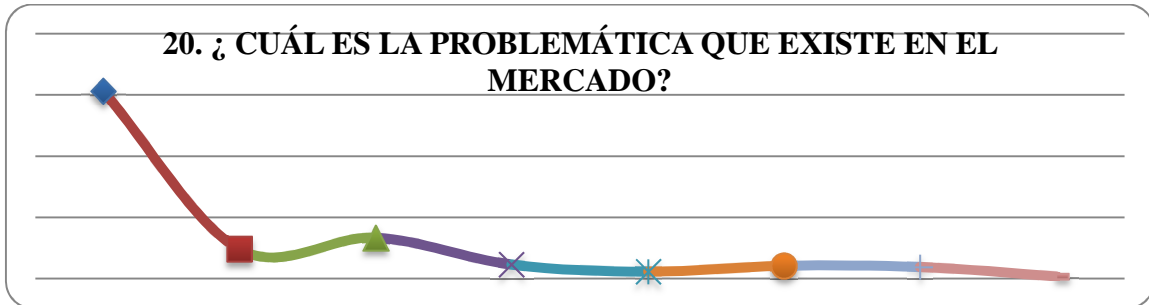
GRÁFICA18. ¿En su opinión qué necesidades tiene el mercado, en cuanto a infraestructura? FUENTE: Propia del autor.

I.19. A pesar de las debilidades que presenta el mercado, para los comerciantes es funcional, debido a que la venta de sus productos les permite obtener ganancias.



GRÁFICA 19. ¿Considera que el mercado es funcional? FUENTE: Propia del autor.

I.20. Para los comerciantes la problemática que existe dentro y fuera del mercado, es la inseguridad, ya que no hay vigilancia en el horario de servicio del establecimiento y el ambulante perjudica sus ventas.



GRÁFICA4. ¿Qué compra principalmente en el mercado? FUENTE: Propia del autor.

I.21. Los comerciantes, sugieren que se mejore la imagen del mercado para la comodidad de sus clientes, además de que el establecimiento cuente con cestos de basura para mejorar la limpieza del lugar.



GRÁFICA 21. ¿Cuáles son las sugerencias más frecuentes que realizan los consumidores? FUENTE: Propia del autor.

I.22. Los comerciantes creen que es necesario aplicar promociones a sus productos y publicidad al mercado para aumentar la demanda y así mismo puedan ser más competentes.



GRÁFICA 22. ¿Qué acciones considera que podrían incrementar sus ventas? FUENTE: Propia del autor.