

3. ESTUDIO DEL USO Y ADOPCIÓN DE LAS NTIC EN EL PEQUEÑO COMERCIO DE ALBACETE

3.1. Diseño metodológico

Para la ejecución de esta investigación se ha realizado una encuesta personal dirigida al comercio minorista actualmente en activo. El cuestionario se estructura a partir de preguntas cerradas, con dos o más alternativas de respuesta, y en las cuales se pueden elegir una o varias respuestas (dicotómicas y multicotómicas de respuesta simple y múltiple), combinadas con escalas *Likert*, además de preguntas abiertas, con el fin de obtener información del equipamiento y uso de las NTIC en el pequeño comercio así como el perfil que lo caracteriza.

Se trata, por lo tanto, de una investigación cuyo ámbito espacial se circunscribe a la ciudad de Albacete. Se ha utilizado este tipo de investigación (muestral) por tratarse de una población suficientemente amplia y uniforme, donde la muestra escogida proporciona una buena representación de las empresas a nivel estadístico, lo cual nos ha permitido extrapolar las conclusiones al conjunto de la población de la que han sido extraídas.

El universo o conjunto de elementos objeto de análisis lo constituyen las pequeñas empresas de Albacete inscritas en la Cámara de Comercio de dicha ciudad, constituidas bajo cualquier clase de forma jurídica, siendo este un total de 978 empresas⁶, de las cuales aproximadamente el 45% se encuentran en la zona centro de la ciudad.

Para realizar el estudio se procedió a realizar una segmentación de la ciudad en función de la sección censal a la que pertenece cada comercio según información aportada por la Cámara de Comercio. A partir de ahí, se realizó un muestreo intentando buscar la representatividad de la cuota de participación de empresas en cada barrio, quedando dicha distribución tal y como aparece en la Tabla 2. Para la realización de las encuestas en cada barrio se utilizó un *muestreo de conveniencia*, en términos de cercanía, horario de apertura, escasez de clientes en el momento de ejecución de la encuesta, entre otros.

La técnica de obtención de información empleada ha sido la encuesta personal en el punto de venta, obteniendo finalmente un tamaño muestral de 288 comercios, que a nivel estadístico supuso aceptar un error de muestreo de $\pm 4,95\%$, al 95% de nivel de confianza (siendo, por tanto, esta muestra representativa). Para el tratamiento estadístico de los datos se ha utilizado el programa SPSS v.15.

⁶Datos proporcionados por la Cámara de Comercio de Albacete en abril de 2007.