



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Fondo Social Europeo

EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS MUNICIPALES Y MEJORAS PROPUESTAS

~171~



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



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



Fondo Social Europeo

EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

6. VALORACIÓN DE LOS SERVICIOS MUNICIPALES Y MEJORAS PROPUESTAS.

Con éste capítulo y la batería de preguntas que se analizarán en él, pretendemos conocer la opinión de los comerciantes con respecto a los servicios municipales prestados por el ayuntamiento, desde una doble vertiente. Por un lado, la valoración de los servicios municipales que inciden o pueden incidir directamente en los comercios y, por otro lado, los servicios prestados en las dependencias municipales propiamente dichas.

Del mismo modo, serán expuestas las propuestas de los comerciantes, que, en su opinión, harían mejorar los servicios municipales.

Para una mejor comprensión del capítulo éste será dividido en tres epígrafes. El primero de ellos estará dedicado a conocer la valoración dada a los servicios municipales propiamente dichos, como el servicio de limpieza, la iluminación, el mobiliario urbano, etc.

Un segundo epígrafe estará dirigido a conocer la opinión que, acerca de los servicios prestados en las dependencias municipales, tales como los horarios de atención al público y la calidad de la misma, así como la complejidad de los trámites administrativos, etc., tienen los comerciantes.

En último lugar serán analizadas las propuestas dirigidas a la mejorar del comercio motrileño.

Cada uno de ellos constará de un epígrafe final, en el cual aparecerá la opinión de los comerciantes sobre los aspectos tratados, en función de la zona de estudio en la que está ubicado el comercio.



6.1. Valoración de los servicios municipales prestados por el Ayuntamiento de Motril.

En términos generales y atendiendo a los porcentajes de respuesta dados por la población encuestada, podemos decir que la valoración dada a los servicios municipales no es del todo positiva. Si observamos la tabla adjunta, podemos ver, que de seis aspectos a valorar, sólo dos, la iluminación (33.2%) y el mobiliario urbano (24.7%), son valorados como bueno. El aspecto peor valorado por los encuestados, son las zonas de carga y descarga, como así lo afirmaron el 48.8%. Véase tabla (VI.1).

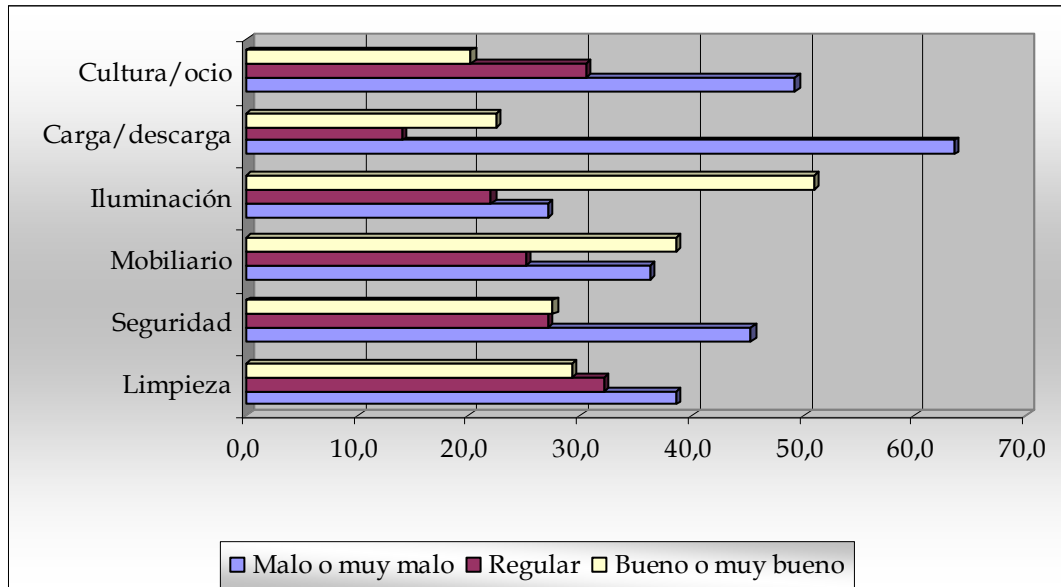
Tabla VII.1. Distribución de la población según valoración dada a los servicios municipales (% por columnas).

Valoración de los servicios municipales	Servicios a valorar					
	Servicio de limpieza	Seguridad	Mobiliario urbano	Iluminación	Zona de carga y descarga	Oferta cultural y de ocio
Muy malo	22,8%	27,0%	15,3%	14,5%	48,8%	27,2%
Malo	15,8%	18,1%	20,9%	12,6%	14,4%	19,7%
Regular	32,1%	27,0%	25,1%	22,0%	14,0%	29,1%
Bueno	16,7%	16,3%	27,4%	33,2%	15,3%	14,6%
Muy bueno	12,6%	11,2%	11,2%	17,8%	7,0%	4,7%
Ns/Nc	0%	0,5%	0%	0%	0,5%	4,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta.

Con respecto a otros servicios valorados, no existe una tendencia definida, como por ejemplo oferta cultural y de ocio, y el servicio de limpieza, entre otros. No obstante, al agrupar las categorías positivas por un lado (bueno o muy bueno) y las negativas por otro (malo o muy malo), dejando igual la opción intermedia, la tendencia en estos casos, queda más clara. Véase gráfico VI.1.

Gráfico VI.1. Distribución de la población según valoración agrupada dada a los servicios municipales (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta.

Una vez realizada una primera aproximación a la valoración de los servicios municipales, pasaremos al análisis más detallado de cada uno de los mismos.

6.1.1. El Mobiliario urbano.

La adecuación del mobiliario urbano en una ciudad, y concretamente en la zona comercial de la misma, ayuda a crear un ambiente homogéneo en el que los consumidores y visitantes de la misma, se sienta a gusto con el entorno que los rodea.

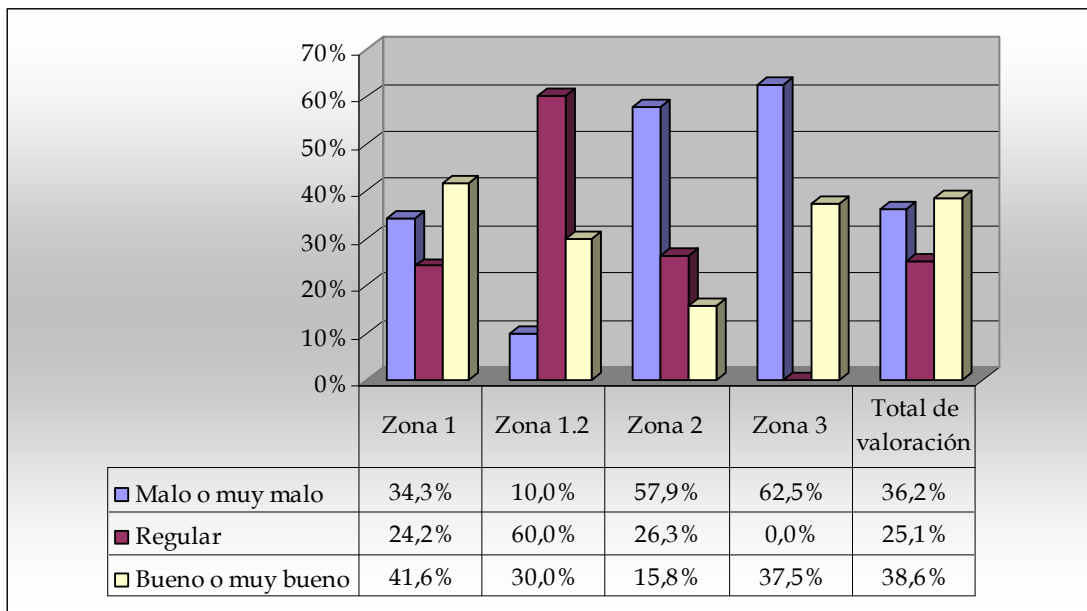
En la construcción de un centro comercial abierto, la homogeneidad del mobiliario urbano, así como su progresivo mantenimiento, es un aspecto importante a tratar.

Según los datos desprendidos de la encuesta, el 38.6% de los encuestados valoraron de forma positiva el mobiliario urbano de las zonas en las que se sitúa su comercio. No obstante, dicho porcentaje, no dista mucho de aquellos que lo valoraron de forma negativa (36.2%). Entre



éstos últimos, encontramos más de la mitad de los encuestados de las zonas 2 y 3. Es también reseñable, el hecho de que en ésta última zona, no encontremos ningún individuo que se sitúe en un posición media, concentrándose todos en los extremos. Véase gráfico VI.2.

Gráfico VI.2. Distribución de la población según valoración del mobiliario urbano y la zona en la que está situado el comercio (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

La valoración en función del sexo y el cargo que ocupa el encuestado, podemos observar como entre los hombres, son los encargados los que mejor valoración dan al mobiliario urbano, mostrándose los dueños de los establecimientos más críticos en esta cuestión. Es significativa la distribución, de los dueños varones, los cuales aparecen distribuidos de forma análoga entre todas las categorías de respuesta, no encontrándose una tendencia clara de opinión en ellos.

No es éste el caso de las mujeres, entre las cuales, encontramos una relación inversa según el cargo. Es decir, mientras que en el caso de las dueñas del establecimiento, la mayor parte de ellas, valoraron de forma negativa el mobiliario urbano, entre las encargadas, el 50.8% lo valoraron como bueno o muy bueno. Véase tabla VI.2.



ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

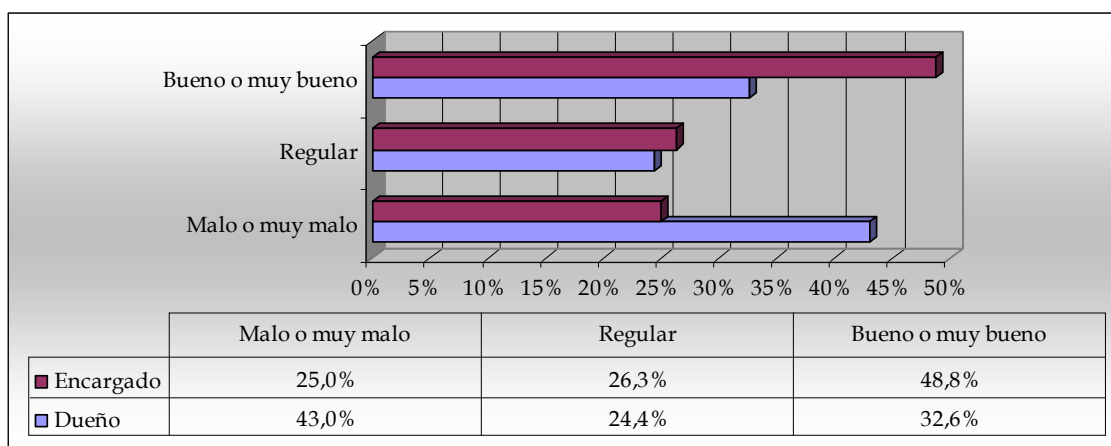
En términos generales, y teniendo en cuenta sólo el cargo que ocupa el encuestado, los dueños de los establecimientos, se muestran más críticos a la hora de valorar el mobiliario que los encargados. Véase gráfico VI.3.

Tabla VI.2. Distribución de la población por sexo y cargo que ocupa según valoración dada al mobiliario urbano (% por columnas).

Valoración del mobiliario urbano	Hombres		Mujeres	
	Cargo que ocupa el encuestado		Cargo que ocupa el encuestado	
	Dueño	Encargado	Dueño	Encargado
Malo o muy malo	33,3%	29,4%	51,4%	23,8%
Regular	33,3%	29,4%	16,7%	25,4%
Bueno o muy bueno	33,3%	41,2%	31,9%	50,8%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Gráfico VI.3. Distribución de la población por cargo que ocupa el encuestado, según valoración dada sobre el mobiliario urbano (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.



6.1.2. Servicio de limpieza.

La limpieza en general, y concretamente en las zonas más transitadas, como por ejemplo pueden ser las zonas comerciales, es un aspecto importante, que puede incidir en la decisión de los consumidores, sobre todo foráneos, a la hora de elegir su lugar de compras.

Según los encuestados, el 38.6% de los mismos, valoran este servicio como malo o muy malo, porcentaje este muy próximo a los que se situaron en una posición intermedia.

De la distribución por zonas son destacables varios aspectos. En primer lugar y el más destacado es el caso de la zona perteneciente al mercado de abastos (zona 1.2.). En éste podemos observar, como más de la mitad de la población valoraron positivamente el servicio de limpieza, lo cual no se corresponde, como veremos en capítulos posteriores, con la opinión de algunos consumidores, a cerca de la limpieza del mercado.

Otro de las zonas a destacar es la de la Avd. Rambla de los Álamos (zona 3), en el que la mitad de los encuestados dieron una valoración negativa, situándose la mayor parte de la población restante en una posición intermedia. Véase tabla VI.3.

Tabla VI.3. Distribución de la población por zona en la que está ubicado el comercio según la valoración dada al servicio de limpieza (% por columnas).

Valoración del servicio de limpieza	Zona en la que está ubicado el comercio				Total valoración servicio de limpieza
	Zona 1 Centro	Zona 1.2 Mercado de abastos	Zona 2 C/ Ancha	Zona 3 Avd. Rambla de los Álamos	
Malo o muy malo	39,9%	10,0%	36,8%	50,0%	38,6%
Regular	30,3%	30,0%	47,4%	37,5%	32,1%
Bueno o muy bueno	29,8%	60,0%	15,8%	12,5%	29,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Entre los que peor valoración le dieron encontramos a los varones encargados de los establecimientos y las mujeres dueñas de los mismos. No obstante, en términos generales son los hombres, más que las mujeres, los que peor valoran este servicio, hecho que viene determinado por la valoración media más afirmada por el sexo femenino. Véase tabla VI.4.

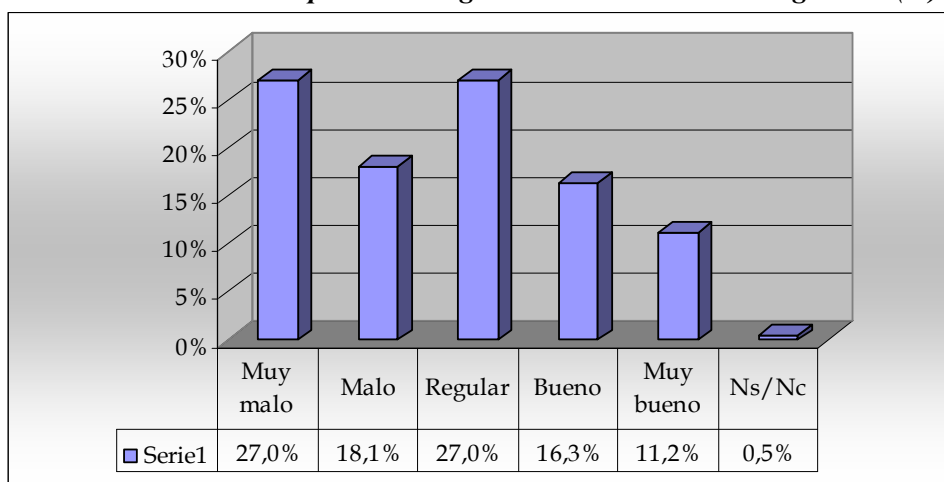
Tabla VI.4. Distribución de la población por sexo y cargo que ocupa según valoración dada al servicio de limpieza (% por columnas).

Valoración del mobiliario urbano	Hombres			Mujeres		
	Cargo que ocupa el encuestado		Total de sexo	Cargo que Ocupa el encuestado		Total de sexo
	Dueño	Encargado		Dueño	Encargado	
Malo o muy malo	38,1%	52,9%	41,3%	45,8%	27,0%	37,0%
Regular	31,7%	17,6%	28,8%	30,6%	38,1%	34,1%
Bueno o muy bueno	30,2%	29,4%	30,0%	23,6%	34,9%	28,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

6.1.3. Seguridad.

Gráfico VI.4. Distribución de la población según valoración dada a la seguridad (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.



ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

La seguridad, es valorada por el 45.1% de los encuestados como mala o muy mala, encontrándose en el lado opuesto, es decir aquellos que dieron una valoración positiva, el 27.5%, porcentaje éste muy próximo a los que se situaron en la opción “regular”. Véase gráfico VI.4.

Atendiendo a la opinión según la situación geográfica de los comercios, es destacable los encuestados de la C/ Ancha (zona 2), los cuales, en un 68.4% de los casos, valoraron de forma negativa la seguridad en la zona de su comercio. De éstos, el 84.6% la valoró como muy mala.

Son las zonas 1 y 3, en las que existe un mayor porcentaje de encuestados de los mismos que valoraron la seguridad positivamente, con un 37.5% y un 29.3% de los casos respectivamente. Véase tabla VI.5.

Tabla VI.5. Distribución de la población por zona en la que está situado el comercio según valoración dada a la seguridad (% por columnas).

Valoración de la seguridad	Zona en la que está ubicado el establecimiento			
	Zona 1.2		Zona 3	
	Zona 1 Centro	Mercado de abastos	Zona 2 C/ Ancha	Avd. Rambla de los Álamos
Muy malo	23,0%	40,0%	57,9%	25,0%
Malo	18,5%	20,0%	10,5%	25,0%
Regular	29,2%	10,0%	21,1%	12,5%
Bueno	16,9%	10,0%	10,5%	25,0%
Muy bueno	12,4%	10,0%	0,0%	12,5%
Ns/Nc	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

La distribución por sexo y cargo del encuestado, nos indica, la independencia de la valoración dada con respecto ambas variables independientes. Como queda reflejado en la tabla VI.6., la diferenciación entre el sexo y el cargo del encuestado no incide en la valoración.



Tabla VI.6. Distribución de la población por sexo y cargo que ocupa según valoración dada a la seguridad (% por columnas).

Valoración de la seguridad	Hombres			Mujeres		
	Cargo que ocupa el encuestado		Total de sexo	Cargo que ocupa el encuestado		Total de sexo
	Dueño	Encargado		Dueño	Encargado	
Malo o muy malo	46,0%	41,2%	45,0%	44,4%	46,0%	45,2%
Regular	23,8%	29,4%	25,0%	27,8%	28,6%	28,1%
Bueno o muy bueno	30,2%	29,4%	30,0%	26,4%	25,4%	25,9%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	0,7%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

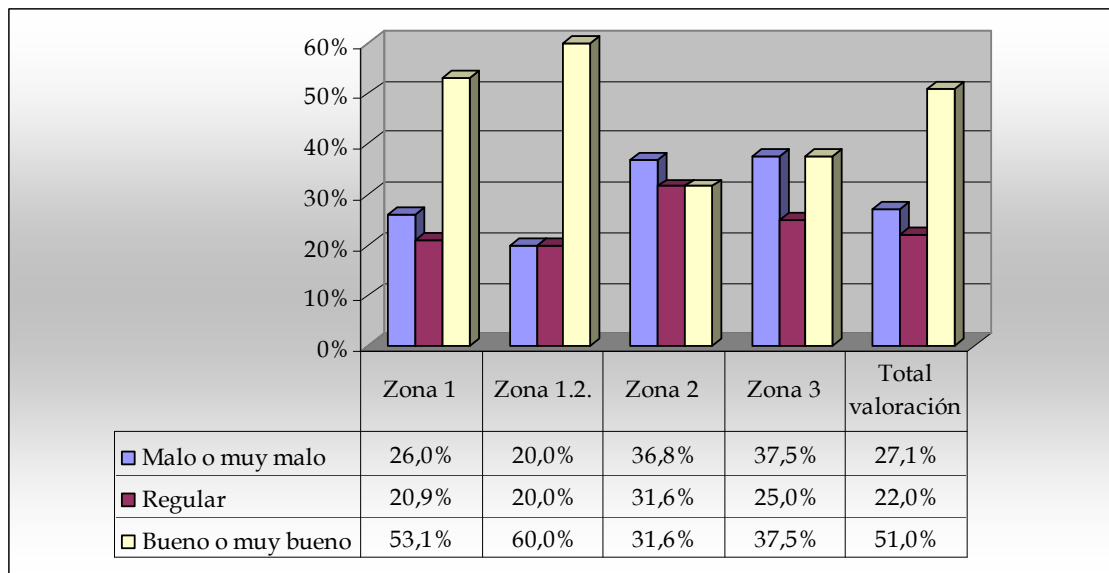
6.1.4. Iluminación.

La iluminación es uno de los servicios municipales al que mejor valoración le han dado los comerciantes encuestados, situándose la media de la misma, de una escala del 1 al 5, en un 3.3 de puntuación media.

La distribución por zonas nos indica, que si bien la valoración dada por los encuestados del centro y el mercado de abastos, es positiva, en el caso de la C/ Ancha, si bien la población se distribuye de una forma muy homogénea por todas las categorías, encontramos que el porcentaje más elevado de encuestados valoran negativamente la iluminación.

Mención aparte, merece también los resultados de la zona 3 (Avd. Rambla de los Álamos), en la que encontramos el mismo porcentaje de respuesta entre los que dieron una valoración positiva y los que la dieron negativa, representando en el ambos casos el 37.5% de la población. Véase gráfico VI.5.

Gráfico VI.5. Distribución de la población por zona en la que está situada el comercio según valoración dada a la iluminación (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

La distribución por sexo nos muestra que no existen diferencias, en cuanto a la valoración de la iluminación, entre hombres y mujeres. No obstante, si encontramos diferencias entre el cargo y el sexo del encuestado.

En primer lugar, debemos decir que si bien entre los varones, ya sean estos dueños o encargados del establecimiento no existen diferencias, no ocurre lo mismo en el caso de las mujeres, siendo las dueñas del establecimiento las que peor percepción tienen del servicio de iluminación prestado por el Ayuntamiento.

Mientras que para los encargados no existen diferencias en cuanto al sexo de los mismos, entre los dueños encontramos que son las mujeres de nuevo, las que valoran de una forma más negativa la iluminación de la zona en la que está situado su establecimiento, perteneciendo principalmente a las encuestadas de las zonas 2 y 3. Véanse tabla VI.7. y VI.8.



Tabla VI.7. Distribución de la población por sexo y cargo que ocupa según valoración dada a la iluminación (% por columnas).

Valoración de la iluminación	Hombres		Total de sexo	Mujeres		Total de sexo
	Cargo que ocupa el encuestado			Cargo que ocupa el encuestado		
	Dueño	Encargado		Dueño	Encargado	
Malo o muy malo	25,4%	17,6%	23,8%	40,8%	15,9%	29,1%
Regular	20,6%	17,6%	20,0%	23,9%	22,2%	23,1%
Bueno o muy bueno	54,0%	64,7%	56,3%	35,2%	61,9%	47,8%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Tabla VI.8. Distribución de la población que afirmó ser el dueño del establecimiento por zona y sexo, según valoración dada a la iluminación (% por columnas)

Valoración de la iluminación	Hombres		Mujeres	
	Zona en la que se sitúa el comercio		Zona en la que se sitúa el comercio	
	Zona 2 C/ Ancha	Zona 3 Avd. Rambla de los Álamos	Zona 2 C/ Ancha	Zona 3 Avd. Rambla de los Álamos
Malo o muy malo	0,0%	0,0%	85,7%	66,7%
Regular	100,0%	33,3%	14,3%	33,3%
Bueno o muy bueno	0,0%	66,7%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL



Fondo Social Europeo

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

6.1.5. Zonas de carga y descarga.

Las zonas habilitadas de carga y descarga de mercancía en las zonas en las que se ubican los comercios, son un aspecto importante a tener en cuenta, ya que la ausencia o presencia de las mismas repercute, tanto en el comerciante como en el consumidor, sin olvidarnos del viandante o del turista que acude a la zona comercial, ya sea por motivos de consumo, culturales o de otro tipo.

Según los datos recogidos¹, en la zona 1 (centro), zona de mayor confluencia de comercios, existe un total de 17 zonas habilitadas de carga y descarga, las cuales se encuentran de forma dispersa. Véase mapa VI.1.

¹ Las zonas de carga y descarga que aparecen en el mapa, fueron recogidas por el equipo del estudio, ya que no existe ningún censo en el que aparezcan dichas zonas.



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.

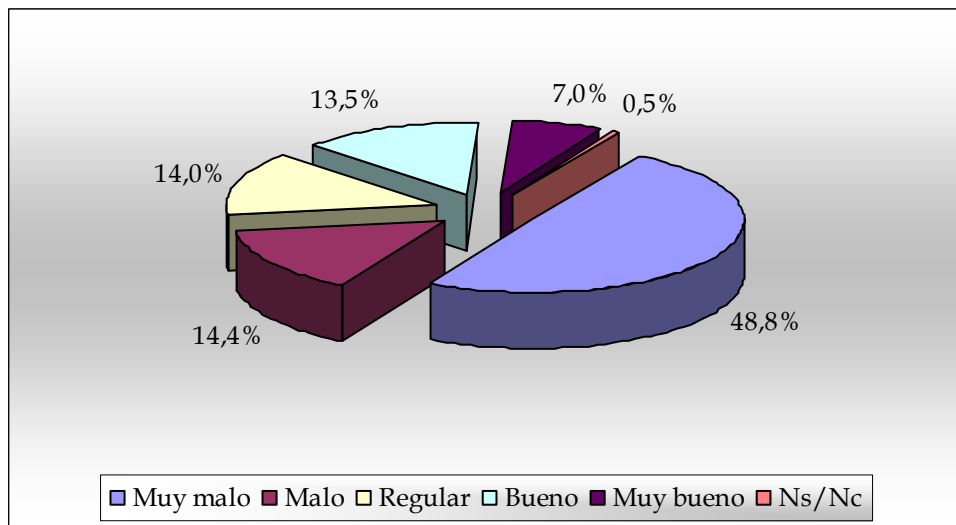
Mesones, 10 2º E-18001 Granada (España) Tel: +34 958 523544 Fax: +34 958 520589
Web: www.sicidominus.com
e-mail: dominus@sicidominus.com



Las pocas zonas de este tipo habilitadas, son puestas de manifiesto por los comerciantes, los cuales, la mayor parte de ellos valoraron negativamente las mismas.

La valoración media dada a las zonas de carga y descarga por los comerciantes, siendo 1 muy malo, y 5 muy bueno, es de 2.17. No obstante, si observamos el gráfico VI.6, podemos ver, que la media, si bien refleja la opinión de los comerciantes a cerca de la zona de carga y descarga, no refleja con exactitud el grado concreto de desacuerdo con las mencionadas zonas. Según la encuesta el 63.3% de los encuestados la valoraron como “*mala o muy mala*”, de los cuales, el 48.8% la calificó como “*muy mala*”.

Gráfico VI.6. Distribución de la población según valoración dada a las zonas de carga y descarga (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

En función de la zona en la que está situado el comercio del encuestado, no encontramos una tendencia clara, que nos indique la existencia de asociación de ambas variables. No obstante, y como queda reflejado en la tabla VI.9., podemos ver cómo tanto en el centro (zona 1) como en la Avd. Rambla de los Álamos (zona 3), más de la mitad y la mitad, respectivamente, de los encuestados valoraron las zonas de carga y descarga como “*muy malas*”.

A este respecto encontramos dos salvedades, y son el mercado de abastos y la C/ Ancha. En el primero, encontramos que si bien la valoración dada por un porcentaje más



elevado de encuestados es negativa (50%), este porcentaje no difiere sustancialmente de los que dieron una valoración positiva, los cuales presentan un frecuencia, diez puntos porcentuales menor que los que lo hicieron de forma negativa.

Con respecto a los encuestados de la zona 2, en términos generales la valoración es negativa, presenta unos porcentajes muy similares entre aquellos que afirmaron que era muy mala (31.6%) y los que la valoraron como buena (36.8%).

Del mismo modo, cabe destacar, que en ambas zonas no encontramos ningún encuestado que opinara que la zona de carga y descarga era muy buena.

Tabla VI.9. Distribución de la población por zona en la que está ubicado el establecimiento según la valoración dada a la zona de carga y descarga (%).

Valoración de la zona de carga y descarga	Zona en la que está ubicado el establecimiento			
	Zona 1 Centro	Zona 1.2	Zona 2	Zona 3
		Mercado de abastos	C/ Ancha	Avd. Rambla de los Álamos
Muy malo	52,2%	20,0%	31,6%	50,0%
Malo	12,9%	30,0%	15,8%	25,0%
Regular	14,0%	10,0%	15,8%	12,5%
Bueno	12,9%	20,0%	36,8%	12,5%
Muy bueno	7,3%	20,0%	0,0%	0,0%
Ns/Nc	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%

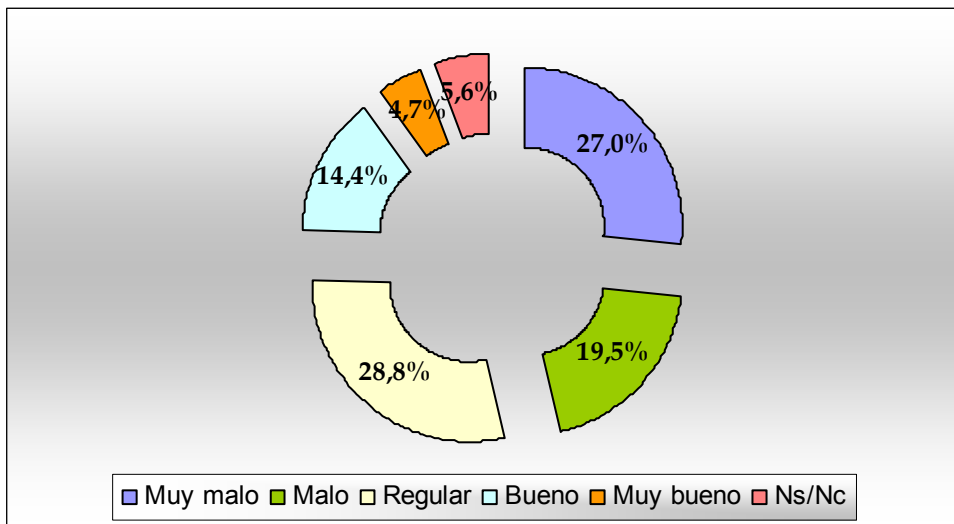
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Podemos concluir este apartado, afirmando que la opinión sobre las zonas de carga y descarga es generalizada en todos los comerciantes, no hallándose diferencias significativas de la valoración dada en función del resto de variables de interés como el cargo del encuestado y el sexo.

6.1.6. Oferta cultural y de Ocio.

Una oferta cultural y de ocio variada en las principales zonas comerciales, puede influir positivamente en el comercio, atrayendo a éste un mayor número de potenciales compradores.

Gráfico VI.7. Distribución de la población según valoración dada a la oferta cultural y de ocio (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril de 2008.

Ante la pregunta del cuestionario que hace referencia a la valoración dada a cerca de la oferta cultural y de ocio del municipio, solo el 19.1% de los encuestados la calificaron positivamente. Por el contrario, el mayor porcentaje de población, el 46.5%, lo encontramos en las categorías de respuesta que valoran dicha oferta negativamente. De estos, el 58%, se encuadra en la opción “*muy mala*”. Véase gráfico VI.7.

La distribución por zonas no indica que son el centro y el mercado de abastos, en los que el porcentaje de población que los valoraron de forma negativa es más bajo, hecho éste quizás determinado por la situación espacial de los mismos. Es decir, como ya hemos apuntado anteriormente en otro capítulo, es en esta zona en la que se concentra la mayor parte de la oferta cultural y de ocio. Véase tabla VI.10.



Tabla VI.10. Distribución de la población por zona en la que se encuentra ubicado el comercio según valoración dada a la oferta cultural y de ocio (% por columnas).

Valoración de la oferta cultural y de ocio	Zona en la que está ubicado el comercio			
		Zona 1.2		Zona 3
	Zona 1 Centro	Mercado de abastos	Zona 2 C/ Ancha	Avd. Rambla de los Álamos
Muy malo	24,2%	20,0%	52,6%	37,5%
Malo	20,2%	10,0%	15,8%	25,0%
Regular	29,8%	40,0%	21,1%	12,5%
Bueno	16,3%	0,0%	5,3%	12,5%
Muy bueno	3,9%	20,0%	0,0%	12,5%
Ns/Nc	5,6%	10,0%	5,3%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Si bien la distribución por sexo refleja que no existen diferencias en cuanto a éste, no ocurre lo mismo en cuanto al cargo. Es entre los encuestados que afirmaron ser los encargados del establecimiento, entre los que se dan los porcentajes más elevados de personas de los que afirmaron valorar la oferta cultural y de ocio negativamente.

Igualmente, es entre los varones encargados de los establecimientos, los que valoran, en un porcentaje más elevado, negativamente la oferta cultural y de ocio, que las mujeres que ocupan el mismo cargo. Véase tabla VI.11.



Tabla VI.11. Distribución de la población por sexo y cargo que ocupa según valoración dada a la oferta cultural y de ocio (% por columnas).

Valoración de la oferta cultural y de ocio	Hombres		Total de sexo	Mujeres		Total de sexo
	Cargo que ocupa el encuestado			Cargo que ocupa el encuestado		
	Dueño	Encargado		Dueño	Encargado	
Malo o muy malo	43,5%	64,7%	48,1%	43,1%	50,0%	46,3%
Regular	32,3%	17,6%	29,1%	30,6%	27,4%	29,1%
Bueno o muy bueno	19,4%	11,8%	17,7%	19,4%	21,0%	20,1%
Ns/Nc	4,8%	5,9%	5,1%	6,9%	1,6%	4,5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

6.1.7. Síntesis de las valoraciones dadas a los servicios municipales por zonas.

Para la mejor comprensión de los datos expuestos hasta ahora, en este apartado ofreceremos una síntesis detallada de los resultados más destacados, por cada una de las zonas en las que se encuentran situados los comercios encuestados.

1.- Zona Centro (Zona 1).

Los comerciantes cuyos establecimientos están situados en esta zona, consideran que, el servicio municipal más deficiente en la misma, son las zonas de carga y descarga, habiendo sido estas consideradas por el 52,7% de los encuestados como muy malas. Éste dato, unido al 12,9% que las calificaron como malas, da como resultado general que el 65,1% de los encuestados del centro, consideran las zonas de carga y descarga de forma negativa.

No obstante, no es el único servicio, que es valorado de forma negativa por los comerciantes de la zona, ya que servicios tales como la limpieza, la seguridad y la oferta



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

cultural y de ocio, son también consideradas como deficientes, aunque por un porcentaje menor de encuestados que en el caso anterior.

Los servicios de limpieza, si bien son valorados, por un mayor número de comerciantes, como malos o muy malos (39.9%), los que así lo hicieron no distan de los que se situaron en una posición intermedia, más de nueve puntos porcentuales, suponiendo los que se posicionaron de esta forma el 30.3% de los comerciantes de la zona.

Como hemos mencionado antes, la seguridad y la oferta cultural y de ocio son también valoradas de forma negativa. El primero de ellos, la seguridad, es considerada de esta forma por el 41.5%, mientras que la oferta cultural y de ocio, es así valorada por el 44.4% de la muestra de la zona, representando éste porcentaje, más del doble de aquellos que la consideraron de forma positiva (20.2%).

El aspecto mejor valorado es la iluminación, calificada por el 53.1% de los encuestados como buena o muy buen, distribuyéndose el resto de comerciantes de forma prácticamente homogénea en las restantes categorías de respuesta.

Por último, en el caso del mobiliario urbano, si bien es considerado por un mayor número de encuestados como bueno o muy bueno (41.6%), los que así lo hicieron sólo suponen un 7.3% más que los que lo valoraron de forma negativa (34.3%).

2.- Zona del mercado de abastos (zona 1.2).

Los comerciantes cuyos puestos, están establecidos en el mercado de abastos, consideran, que los servicios de limpieza y de iluminación, prestados por el ayuntamiento, son buenos o muy buenos, calificación ésta dada, en ambos casos, por el 60% de los encuestados de la zona.

En el caso opuesto, es decir, entre los peor valorados, encontramos la seguridad. Esta, es calificada por el 40% de los encuestados del mercado, como muy mala, lo cual supone, junto con el 20% que la consideraron como mala, que el 60% de la muestra del mercado, ve la seguridad en la zona como deficiente.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

En lo referente a las zonas de carga y descarga, debemos decir que la mitad de lo comerciantes la consideran mala o muy mala. No obstante, los que así la valoraron, sólo suponen un 10% más que los que lo hicieron de forma positiva, situándose el resto de encuestados en una posición intermedia.

Por último, mientras el mobiliario urbano es considerado por la mayor parte de los encuestados como regular (60%), en el caso de la oferta cultural y de ocio, no se aprecia una valoración excesivamente clara, ya que si bien el 40% de los encuestados se situaron en una posición intermedia, el 60% restante se distribuye de forma homogénea en las dos categorías de respuesta restantes (malo o muy malo y bueno o muy bueno), existiendo por tanto solo diez puntos porcentuales de diferencia entre las respuestas.

3.- Zona de la C/ Ancha (zona 2).

Son los servicios municipales relacionados con la seguridad, el mobiliario urbano, las zonas de carga y descarga y la oferta cultural y de ocio, los que son considerados por los comerciantes establecidos en la zona 2, como deficientes.

La oferta cultural y de ocio, es el aspecto peor valorado, ya que el 52.6% de los encuestados la valoró como muy malo, lo que unido al 15.8% que lo consideró como mala, da como resultado una valoración negativa afirmada por el 68.4% de los comerciantes de la zona.

Con respecto al mobiliario urbano y la seguridad ciudadana, encontramos que la mayor parte de los encuestados, la consideran mala o muy mala, encontrándose los mismo porcentajes de respuesta en ambos casos (57.9%).

En el caso de las zonas de carga y descarga el 47.4% la calificó de forma negativa, no existiendo ningún encuestado que la valorase como muy buena, acotándose, por tanto, las calificaciones positivas en la categoría de respuesta “buenas”, la cual fue respondida por el 36.8% de la muestra de la zona.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

Mientras que la iluminación presenta porcentajes de respuesta similares en todas las categorías, por lo que no existe una valoración clara con respecto a esta, la limpieza, es considerada por el 47.4% de los comerciantes como regular.

4.- Zona Avd. Rambla de los Álamos (zona 3).

En el caso de los servicios municipales prestados en la zona 3, encontramos, que al igual que al hablar de la C/ Ancha, no existe ningún servicio que sea valorado de forma positiva.

Así pues, son las zonas de carga y descarga, las peor consideradas, siendo éstas valoradas como malas o muy malas por el 75% de los encuestados.

Seguidamente, encontramos el mobiliario urbano y la oferta cultural y de ocio, que con el mismo porcentaje de repuesta, 62.5%, es considerado negativamente por los comerciantes. En la misma situación encontramos las calificaciones dadas al servicio de limpieza y a la seguridad ciudadanas, siendo éstas vistas como deficientes, en ambos casos, por la mitad de la población.

Por último, y en relación al servicio de iluminación, no encontramos una tendencia definida en la consideración del mismo, ya que el porcentaje de comerciantes que lo valoraron de forma positiva es el mismo que el de los que lo hicieron negativamente (37.5%).

A modo de conclusión del apartado, podemos decir que de forma generalizada en todos las zonas del municipio utilizadas en nuestro estudio, la seguridad y las zonas de carga y descarga son consideradas como deficientes por los comerciantes encuestados, no encontrándose una homogeneidad, en cuanto a valoración se refiere, del resto de servicios por zonas.

6.2. Valoración de las gestiones administrativas realizadas en el Ayuntamiento.

Al igual que nos interesaba conocer la opinión que los comerciantes tienen sobre los servicios municipales, también nos resulta interesante conocer la valoración que, acerca de



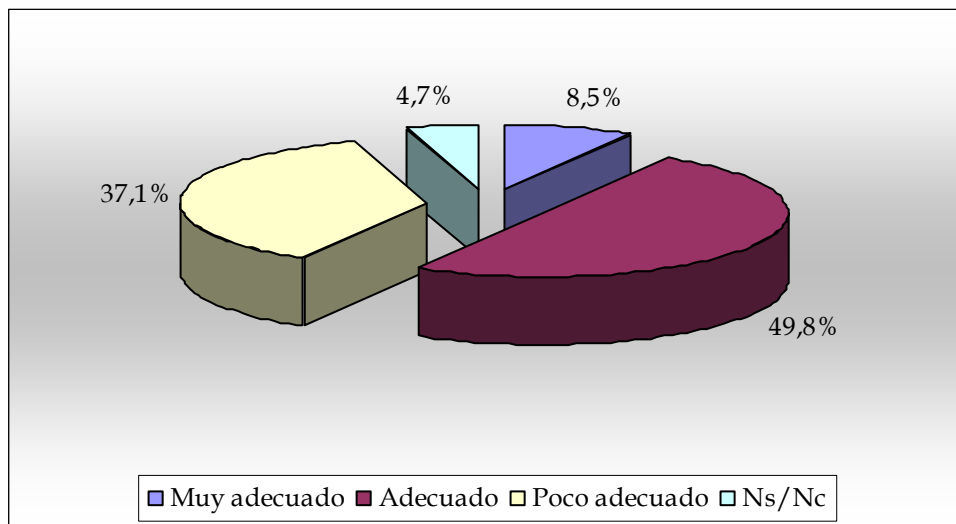
algunos aspectos de las gestiones administrativas que se realizan en el ayuntamiento, tiene los mismo.

Los aspectos a considerar son, el horario de atención al público, el grado de satisfacción con el trato que reciben, el tiempo de resolución de los trámites y la complejidad de las gestiones.

6.2.1. Horario del Ayuntamiento de Motril para realizar gestiones administrativas.

Al preguntar a los encuestados el grado de acuerdo con el mismo, encontramos que en términos generales, la mayor parte de los encuestados afirmaron estar de acuerdo con el horario. No obstante, en cuando al grado de éste, encontramos que sólo el 8.5% contestaron la opción “muy de acuerdo”. Véase gráfico VI.8.

Gráfico VI.8. Distribución de la población según el grado de acuerdo con el horario de atención al público del Ayuntamiento (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

La distribución de los encuestados según las zonas en las que se realizaron las encuestas, nos muestra que son la zona centro, el mercado de abastos y la Avd. Rambla de los Álamos, en



ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

las que el porcentaje de encuestados que consideraron el horario como adecuado, engloba a la mitad o más de la población de cada zona.

Mención aparte, merecen los resultados de la C/ Ancha. Son dos los aspectos que llaman la atención. En primer lugar, el hecho de que sea una de las zonas en las que mayor porcentaje de individuos afirmaron considerar el horario como muy adecuado, y en segundo lugar, el 47.4% de encuestados que lo consideraron poco adecuado, siendo este porcentaje el más elevado de todas las zonas que así lo consideraron. Véase tabla VI.12.

La proximidad al ayuntamiento, podría explicar este resultado, no obstante, la zona 3, se encuentra igualmente alejado, por lo que la variable proximidad, pierde importancia a la hora de explicar este dato.

En cuanto a los horarios de atención al público propuestos por los comerciantes, encontramos que la mayor parte de ellos abogan por la apertura del ayuntamiento en horario de tarde.

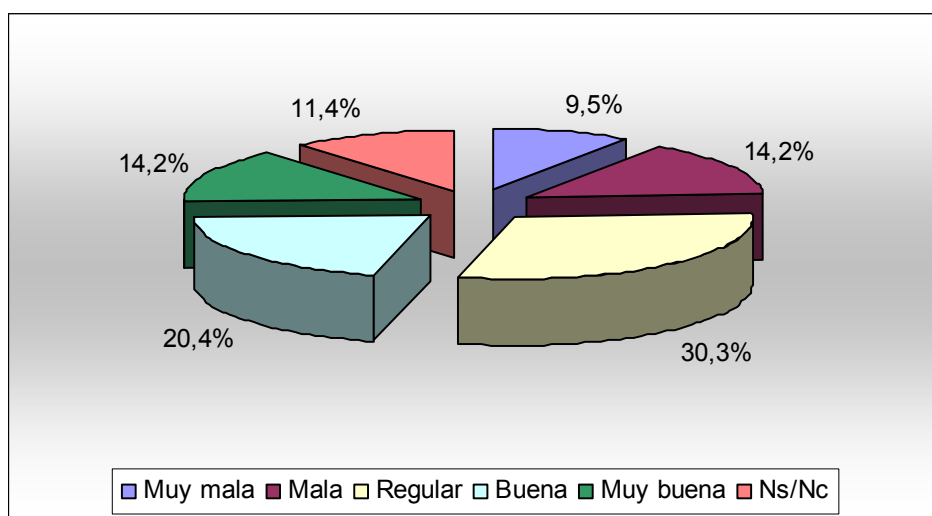
Tabla VI.12. Distribución de la población por zona en la que se encuentra el comercio según valoración del horario de atención al público del ayuntamiento (% por columnas)

Valoración del horario de atención al público	Zona en la que está ubicado el establecimiento			
		Zona 1.2		Zona 3
	Zona 1 Centro	Mercado de abastos	Zona 2 C/ Ancha	Avd. Rambla de los Álamos
Muy adecuado	6,2%	30,0%	21,1%	0,0%
Adecuado	51,1%	50,0%	31,6%	50,0%
Poco adecuado	36,5%	20,0%	47,4%	37,5%
Ns/Nc	6,2%	0,0%	0,0%	12,5%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

6.2.2. Atención al público de los empleados del Ayuntamiento de Motril.

Gráfico VI.9. Distribución de la población encuestada según la valoración dada a la atención al público del ayuntamiento (%).

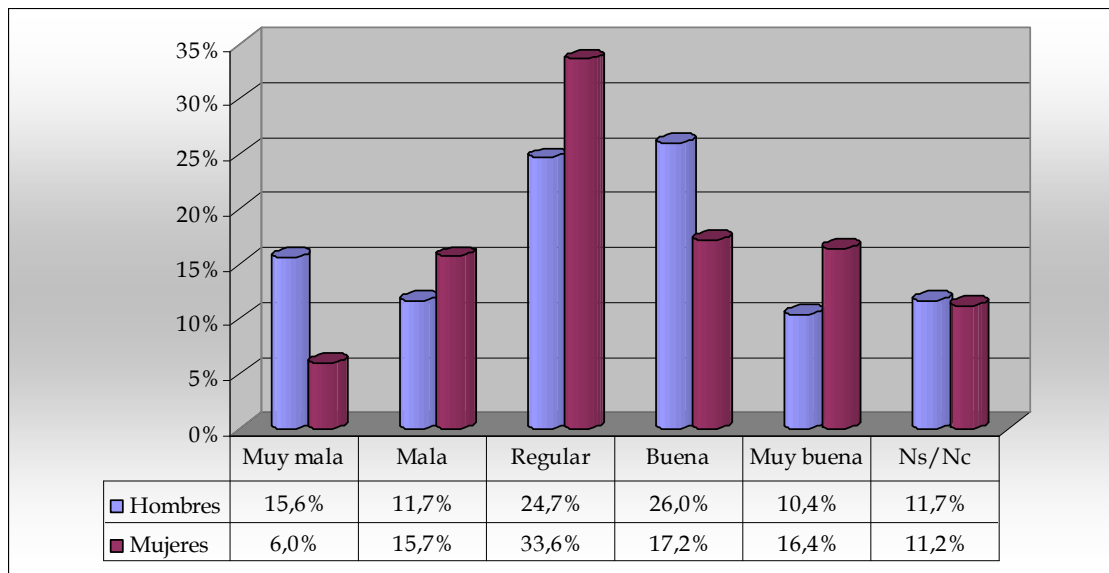


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Los datos de la encuesta, nos muestran que, ante la pregunta del cuestionario que hace referencia a la valoración sobre la atención al público prestada por los trabajadores del Ayuntamiento, el 34.6% valoraron positivamente dicha atención, frente al 23.7% que lo hicieron de forma negativa.

Si en términos generales, no encontramos diferencias por sexo entre los que lo valoraron de forma negativa y los que lo hicieron de forma positiva, llama la atención que, es entre los hombres, entre los que se da el porcentaje más elevado de encuestados que valoraron dicha atención como muy mala (15.6%), y los que lo hicieron como buena (26%). Concentrándose las mujeres, fundamentalmente en una posición intermedia. Véase gráfico VI.10.

Gráfico VI.10. Distribución de la población por sexo según valoración dada a la atención al público del personal del Ayuntamiento (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Por último, y haciendo referencia a la zona en la que está situado el establecimiento, decir que, son la C/ Ancha (zona 2) y la Avd. Rambla de los Álamos (zona 3), en las que mayor porcentaje de encuestados, han valorado negativamente la atención al público del Ayuntamiento. Véase tabla VI.13.

Tabla VI.13. Distribución de la población por zona en la que está situado el comercio según valoración dada a la atención al público (% por columnas).

Valoración de la atención al público	Zona en la que está ubicado es comercio			
	Zona 1.2		Zona 3	
	Zona 1 Centro	Mercado de abastos	Zona 2 C/ Ancha	Avd. Rambla de los Álamos
Malo o muy malo	21,3%	10,0%	42,1%	50,0%
Regular	29,3%	50,0%	31,6%	25,0%
Bueno o muy bueno	36,2%	40,0%	21,1%	25,0%
Ns/Nc	13,2%	0,0%	5,3%	0,0%
Total	100%	100%	100%	100%

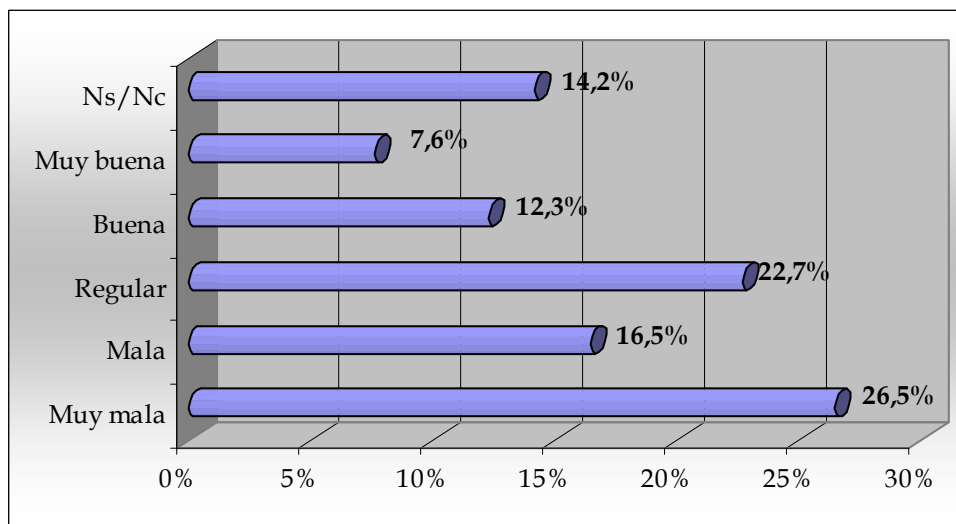
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.



6.2.3. Tiempo de resolución de los trámites administrativos y complejidad de las gestiones.

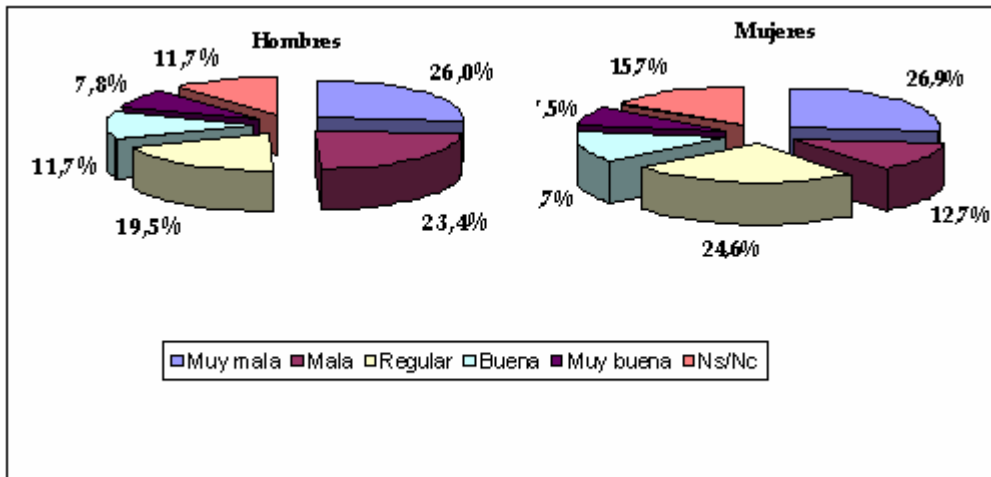
Si observamos el gráfico VI.11, en el cual queda representada la valoración dada al tiempo de resolución de los trámites administrativos, podemos ver que la opción de respuesta “muy mala”, representa al 26.5% de los encuestados, porcentaje muy próximo al 22.7% que representan a aquellos que se situaron en un punto medio. No mostrándose diferencias reseñables según el sexo del encuestado. Véanse gráficos VI.11. y VI.12.

Gráfico VI.11. Distribución de la población según valoración dada al tiempo de resolución de los trámites administrativos (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Gráfico VI.12. Distribución de la población por sexo según la valoración dada al tiempo de resolución de los trámites administrativos (%).

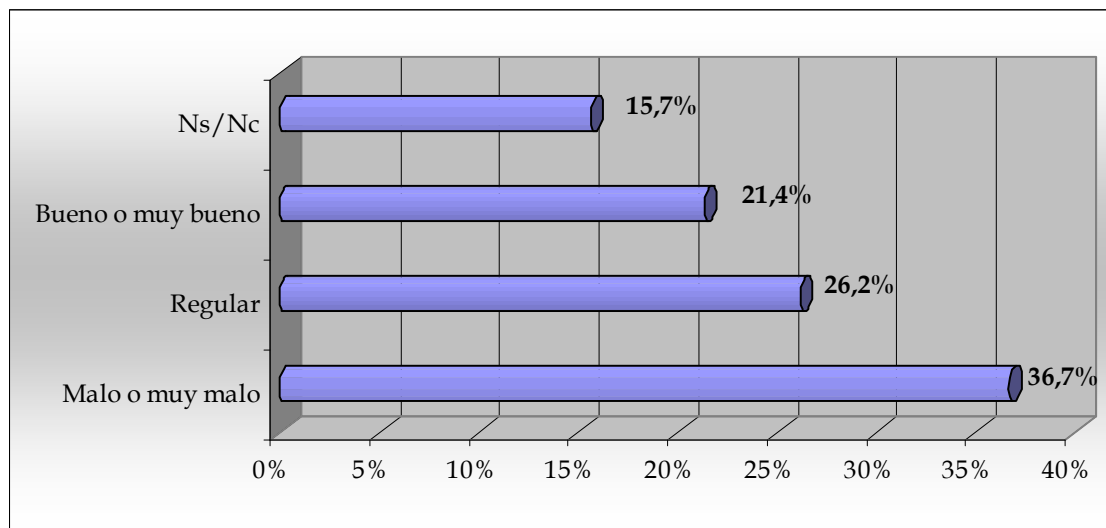


Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

De igual modo, la valoración dada a la complejidad en la gestión, es también negativa, siendo valorada de esta forma por el 36.7% de la población. Véase gráfico VI.13.

Como se puede apreciar en la tabla adjunta (ver tabla VI.14), los encuestados han asociado tiempo de resolución de los trámites con la complejidad de los mismos, por lo que aquellos que valoraron positivamente el primer aspecto, también lo han hecho de esta forma el segundo, produciéndose la misma tendencia entre los que la valoraron negativamente.

Gráfico VI.13. Distribución de la población según valoración dada a la complejidad de las gestiones (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

Tabla VI.14. Distribución de la población por valoración dada a los trámites administrativos según valoración dada a la complejidad en las gestiones (% por columnas).

Valoración del tiempo de resolución de los trámites administrativos	Valoración de la complejidad de las gestiones			
	Malo o muy malo		Bueno o muy bueno	
	malo	Regular	bueno	Ns/Nc
Malo o muy malo	90,9%	25,5%	11,1%	6,1%
Regular	9,1%	65,5%	8,9%	3,0%
Bueno o muy bueno	0,0%	9,1%	80,0%	0,0%
Ns/Nc	0,0%	0,0%	0,0%	90,9%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.



6.3. Mejoras propuestas por los comerciantes

En último lugar, describiremos cuales son las propuestas de los comerciantes, las cuales, según su opinión ayudarían a mejorar el comercio del municipio. No obstante, y antes de comenzar con las mejoras propuestas por los comerciantes, hemos de decir, que en esta pregunta obtuvimos un porcentaje de no respuesta del 51.6% de los encuestados.

Tabla VI.15. Distribución de la población según mejoras propuestas (%).

Mejoras propuestas por los comerciantes	Porcentaje de respuesta
Aparcamientos	4,4%
Unidad entre comerciantes	8,8%
Iguales horarios para todos	7,7%
Mejor atención al cliente	12,1%
Más profesionalidad	4,4%
Más personal	2,2%
Mejorar infraestructuras municipales	5,5%
Otros ²	18,7%
Nada	14,3%
Ns/Nc	22,0%
Total	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a comerciantes de Motril 2008.

A tenor de los datos expuestos en la tabla, la primera referencia que debemos hacer es al porcentaje de encuestados que contestaron que no habría que mejorar nada, los cuales suponen el 14.3% de los que contestaron a esta pregunta.

Seguidamente, y por ser las que mayor porcentaje de ocurrencia tienen, encontramos que el 12.1% afirmó que habría que mejorar la atención al cliente, aspecto éste que venimos reiterando desde el principio, por ser una de las deficiencias detectadas también entre los consumidores.

² En la opción "otros", se engloban todas aquellas mejoras, que no podían contenerse en los grandes grupos formados, y que por su escasa frecuencia no eran representativas. No obstante, con esto, no queremos decir que no sean importantes.



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

La unidad entre los comerciantes, es el primer elemento que debemos tener en cuenta para que el comercio minorista sea más competitivo. Como veremos en el capítulo dedicado al asociacionismo empresarial (capítulo 9), el porcentaje de comerciantes que afirmaron estar asociados es muy bajo. Éste hecho es puesto de manifiesto por el 8.8% de encuestados.

Por último, mencionar el 7.7% de los que afirmaron la igualdad de horarios para todos. Véase tabla VI.15.

6.4. Resumen del capítulo.

Aspectos tales como la seguridad, la limpieza de las calles, la iluminación, un mobiliario urbano adecuado, etc., hacen que la tarea de comprar sea más agradable, redundando directamente en la afluencia de compradores a las zonas comerciales urbanas.

La opinión de los comerciantes a este respecto no es del todo positiva, encontrándonos, con que de los seis servicios a valorar, sólo dos (iluminación y mobiliario urbano), fueron evaluados por la población encuestada de forma positiva.

Las valoraciones más críticas fueron dadas principalmente por los comerciantes establecidos en las zonas 2 y 3 de nuestro estudio, así como por las mujeres y los dueños de los establecimientos. Éste último dato, nos indica, como era de esperar, la mayor preocupación por aquellos aspectos del entorno que pueden incidir en el volumen de ventas, por parte de los dueños de los establecimientos encuestados, en detrimento de los encargados de los mismos.

Por lo que respecta a los servicios prestados en dependencias municipales, si bien el trato de atención al público y el horario del mismo son valorados de forma positiva, no ocurre lo mismo con la complejidad de las gestiones y el tiempo de

~203~



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

Mesones, 10^º 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



EXCMO. AYTO. MOTRIL



Fondo Social Europeo

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

resolución de las mismas, las cuales son valoradas por la mayor parte de la población negativamente.

Por último, entre las mejoras propuestas por los comerciantes, debemos destacar, la Atención al cliente, aspecto éste, clave, si tenemos en cuenta que es lo que de una forma más negativa valoran los consumidores.



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