



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

PERFIL DE LOS CONSUMIDORES Y ESTRUCTURA DE LOS HOGARES

~229~



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.sici.dominus.com
e-mail: dominus@sicidominus.com



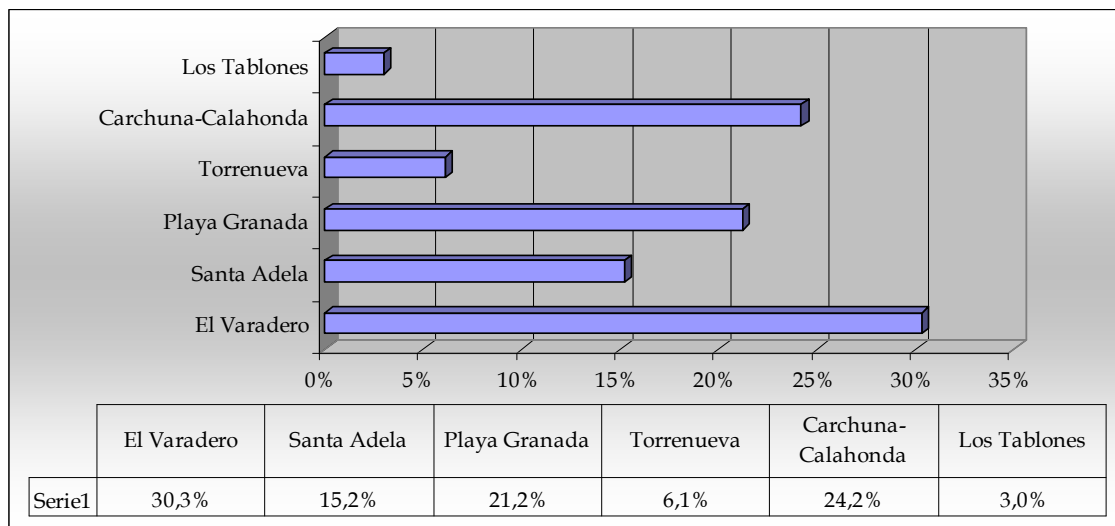
9. PERFIL DE LOS CONSUMIDORES Y ESTRUCTURA DE LOS HOGARES.

9.1. Distribución geográfica de los consumidores de Motril.

En éste apartado trataremos especialmente aquellos encuestados procedentes de los pueblos anejos de Motril, para poder observar su perfil.

De las 593 encuestas realizadas a los consumidores, el 94.4% de los encuestados son residentes en Motril, frente al 5.6% (33 personas) que afirmaron residir en un anejo del Municipio. De los que así lo hicieron, son destacables los anejos de El Varadero, Playa Granada y Carchuna-Calahonda, con unos porcentajes de frecuencia del 30.3%, 21.2% y 24.2% respectivamente. Véase gráfico IX.1.

Gráfico IX.1. Distribución de la población residente según anejo de residencia (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de Hábitos de consumo y compra en Motril 2008.

Entre los motivos que adujeron los encuestados residentes en las pedanías de Motril, para visitar el municipio, encontramos que el 90% de los mismos, manifestaron haber venido



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

para realizar compras, frente al 6.7% que afirmaron hacerlo por motivos familiares (visitas), y el 3.3% de otros motivos.

Al preguntarle por el tiempo estimado de permanencia en Motril, encontramos que el 62.9% de los encuestados permanecerían en el municipio entre 1 y 3 horas. Del mismo modo es interesante que el 64.3% de los encuestados, afirmaron, además de acudir a los comercios del municipio, hacerlo también a establecimientos de hostelería, tales como bares (38.9%) y restaurantes (27.8%).

9.2. Perfil sociodemográfico de los consumidores de Motril.

En este apartado nos detendremos en conocer cuál es el perfil sociodemográfico de los consumidores de Motril, en base a variables tales como el sexo, la edad, el estado civil y el nivel de estudios del encuestado. Finalmente, se ofrecerá el perfil mayoritario de los hombres y mujeres encuestados.

9.2.1. Sexo y edad de los encuestados.

En relación al sexo y la edad, si bien, se encuentran determinados por la muestra, al haber utilizado los datos del Padrón municipal de habitantes de Motril, los datos que arrojan ambas variables nos son de utilidad para el análisis, pues muestran la distribución real de la población en función de las mismas. Así pues, la distribución, en cuanto al sexo, muestra porcentajes muy similares entre hombres (49.6%) y mujeres (50.4%), lo que corrobora la preeminencia generalizada, en cuanto a número, del sexo femenino frente al masculino. Según los datos publicados por el INE, a 1 de Enero de 2007, las mujeres suponía, el 50.6% del total nacional.



ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL

De igual modo, la distribución en cuanto a la edad de los encuestados, nos muestra una edad media de la población encuestada próxima a los 42 años (41.91 años de media). Dicha edad es algo mayor en las mujeres, con 43 años de media, que la de los hombres, con 40.8 años de media.

Dicha distribución, al igual que al hablar del sexo, también refleja la realidad demográfica entre hombres y mujeres, ya que son estas últimas las que suelen tener una edad media superior a la de los varones, debido a su mayor esperanza de vida.

Tabla IX.1. Distribución de la población según sexo y grupos de edad. (% por columnas)

Grupos de edad	Sexo		Total de edad
	Hombres	Mujeres	
De 15 a 18 años	6,1%	6,4%	6,2%
De 19 a 28 años	23,5%	17,7%	20,6%
De 29 a 38 años	19,4%	21,4%	20,4%
De 39 a 48 años	19,4%	19,4%	19,4%
De 49 a 59 años	18,0%	15,1%	16,5%
De 60 a 64 años	1,4%	3,7%	2,5%
De 65 y más años	12,2%	16,4%	14,3%
Total	100%	100%	100%

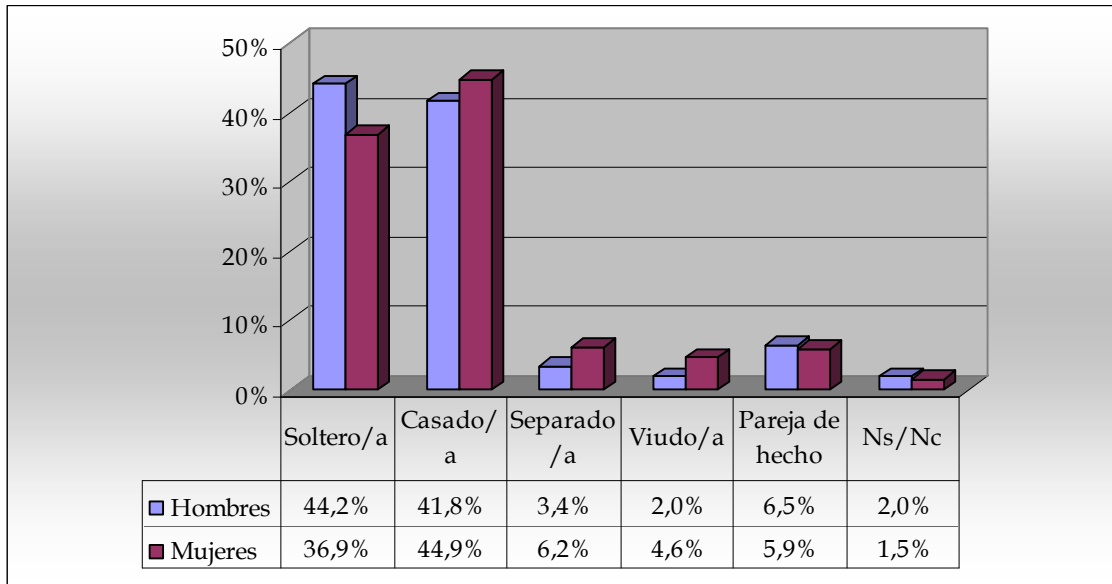
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de Hábitos de consumo y compra de Motril 2008.

9.2.2. Estado civil de los encuestados.

Los dos estados civiles preponderantes entre la población encuestados son el de casado, con una frecuencia del 44.9% y el de soltero, afirmado por un 36.9% de la población.

Su distribución por sexo, nos habla de que, son principalmente las mujeres, las que afirmaron en un 47.8% estar casadas, frente al 29.8% de solteras. En cuanto a los varones, los porcentajes de los que afirmaron estar solteros (44.2%) y de los que dijeron estar casado (41.8%), son muy similares. Véase gráfico IX.2.

Gráfico IX.2. Distribución de la población por sexo y estado civil (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de Hábitos de consumo y compra de Motril 2008.

9.2.3. Formación académica de los encuestados.

En cuanto a la formación académica de la población de consumidores encuestados, encontramos que el 58.5% de los mismos afirmó tener estudios primarios y obligatorios, estando compuesto dicho porcentaje por el 35.1% de los encuestados que afirmaron tener estudios primarios, y el 23.4% de los que afirmaron tenerlos obligatorios.

Por lo que respecta a la distribución por sexo, vemos, que si bien los porcentajes de los que afirmaron tener estudios primarios u obligatorios, en función del sexo, no existen diferencias significativas. No ocurre lo mismo cuando hablamos de estudios universitarios. El número de mujeres que afirmaron tener estudios superiores, es un 24.2% mayor que el de los hombres que así lo afirmaron. Véase tabla IX.2.



Tabla IX.2. Distribución de la población por sexo y nivel de estudios (% por columnas).

Nivel de estudios	Sexo		Total de nivel de estudios
	Hombre	Mujer	
No sabe leer ni escribir	0,0%	0,3%	0,2%
Sin estudios	10,5%	8,4%	9,4%
Estudios primarios	38,8%	31,4%	35,1%
Estudios obligatorios	21,1%	25,8%	23,4%
Estudios secundarios	16,0%	19,1%	17,5%
Estudios universitarios: Diplomado	3,4%	6,4%	4,9%
Estudios universitarios: Licenciado	4,8%	7,4%	6,1%
Estudios universitarios: Doctor	0,3%	0,0%	0,2%
Ns/Nc	5,1%	1,3%	3,2%
Total	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de Hábitos de consumo y compra de Motril 2008.

9.2.4. Situación laboral de los encuestados.

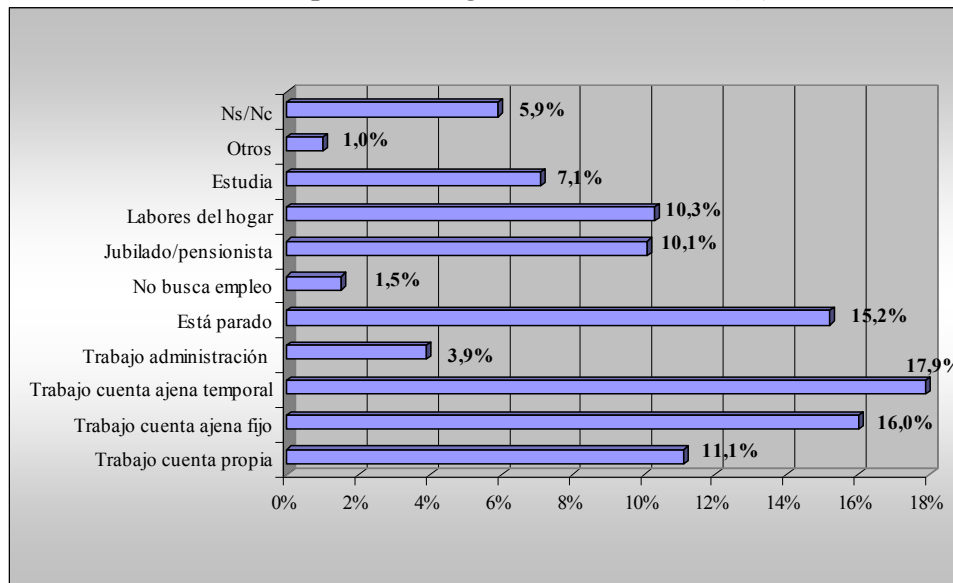
En último lugar, y antes de pasar a describir el perfil mayoritario de los encuestados, analizaremos cual es la situación laboral en la que se encuentran en el momento de la encuesta.

En términos generales, encontramos porcentaje muy similares entre los que firmaron tener un trabajo remunerado (48.9%), y los que no lo tenían, los cuales representan el 44.2% de la población encuestada. Encontrándose entre los trabajadores, una supremacía de los que trabajan por cuenta ajena, siendo los que tienen trabajo temporal, algo más elevados que el resto.

Del mismo modo es destacable, el 15.2% de la población que afirmaron estar parados, encontrándose en esta situación principalmente los varones. Véase gráfico IX.3.

Éste último dato, puede verse influido por la coyuntura económica actual.

Gráfico IX.3. Distribución de la población según situación laboral (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de hábitos de consumo y compra de los habitantes de Motril 2008.

La distribución por sexo, nos indica que mientras los varones encuestados, trabajan por cuenta ajena con un contrato temporal (19.7%), en el caso de las mujeres encontramos porcentajes muy similares entre las que afirmaron trabajar por cuenta ajena, ya sea con contrato temporal o fijo, y las que afirmaron dedicarse a las labores del hogar. Véase tabla IX.3.

Tabla IX.3. Distribución de la población por sexo según situación laboral en el momento de la encuesta (% por columnas)

Situación laboral	Sexo	
	Hombres	Mujeres
Trabaja por cuenta propia	14,3%	8,0%
Trabaja por cuenta ajena fijo	16,0%	16,1%
Trabaja por cuenta ajena temporal	19,7%	16,1%
Trabaja en la administración	1,4%	6,4%
Está parado	17,7%	12,7%
No busca empleo	0,7%	2,3%
Jubilado/pensionista	11,2%	9,0%
Labores del hogar	3,7%	16,7%
Estudia	7,5%	6,7%
Otros	1,4%	0,7%
Ns/Nc	6,5%	5,4%
Total	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de hábitos de consumo y compra de los habitantes de Motril 2008.



9.2.5. Perfil sociodemográfico mayoritario de los encuestados.

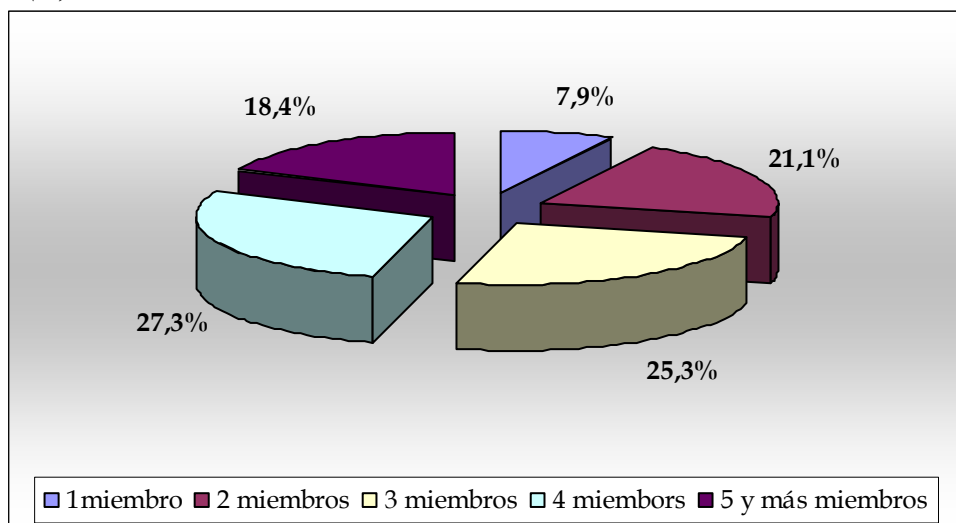
Por último, y para concluir este apartado, desarrollaremos el perfil sociodemográfico mayoritario entre los consumidores encuestados, diferenciando el mismo por sexo.

- Varones: solteros, con una edad comprendida entre los 19 y 28 años con un nivel de estudios primarios, y que trabajan por cuenta ajena con un contrato de trabajo temporal.
- Mujeres: casadas, con una edad entre los 29. y 38 años con un nivel de estudios primarios y que se dedican a las labores del hogar.

9.3. Estructura de los hogares.

El conocer la estructura de los hogares, es una fuente importante para conocer los hábitos de consumo y compra de las personas que los componen. Por éste motivo hemos decidido añadir este apartado dentro del capítulo.

Gráfico IX.4. Distribución de la población según los miembros que componen el hogar familiar (%)



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de hábitos de consumo y compra de los habitantes de Motril 2008.



El número medio de miembros que componen el hogar familiar de los encuestados es, aproximadamente de 3 personas (3.35 miembros de media), media algo más elevada que la española, la cual está situada en 2.9¹. Ésta diferencia de medias puede deberse al escaso porcentaje que representan los encuestados que afirmaron vivir en un hogar unipersonal (7.9%).

Con respecto al número de miembros que componen el resto de los hogares, no existen grandes diferencias entre los encuestados que afirmaron que la composición de sus hogares era de dos (21.1%), tres (25.3%) o cuatro (27.3%) miembros. Véase gráfico IX.4.

El estado civil de la población encuestada influye significativamente en la composición de los hogares. De éste modo, son los encuestados que afirmaron estar solteros o casados los que vivían en hogares compuestos por un número más elevado de personas, mientras que el resto de encuestados que afirmaron tener otro estado civil se aglutinan principalmente entre los que afirmaron vivir en un hogar compuestos por una o dos personas. Véase tabla IX.4.

Tabla IX.4. Distribución de la población por el número de miembros que componen el hogar familiar según el estado civil del encuestado (% por columnas)

Personas que componen el hogar familiar	Estado civil					
	Soltero/a	Casado/a	Separado/a /		Pareja de hecho	Ns/Nc
Divorciado/a			Viudo/a			
1 miembro	11,0%	0,8%	24,3%	40,7%	2,9%	0,0%
2 miembros	15,5%	21,1%	29,7%	11,1%	48,6%	44,4%
3 miembros	21,0%	28,2%	32,4%	29,6%	22,9%	11,1%
4 miembros	29,2%	30,5%	13,5%	18,5%	14,3%	22,2%
5 o más miembros	23,3%	19,5%	0,0%	0,0%	11,4%	22,2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de hábitos de consumo y compra de los habitantes de Motril 2008.

El número de miembros que componen el hogar familiar, incide directamente, existiendo una asociación total, en el número de personas que trabajan y aportan dinero.

¹ La media del número de miembros que componen el hogar familiar en España hacer referencia al año 2001, año del último censo de población.



Ante la pregunta del número de personas que trabajan y aportan dinero al hogar, encontramos que el 49.7% de los encuestados afirmaron que una sola persona, y en el 42.6% de los casos, eran dos personas, frente al 7.6% de encuestados que afirmaron que eran tres o más personas las que ayudaban a sufragar los gastos del hogar.

Las variables número de miembros por los que está compuesto el hogar familiar y el número de personas que aportan dinero al mismo, están estrechamente relacionadas. Es decir, el número de miembros por los que está compuesto el hogar incide directamente en el número de personas que trabajan y aportan dinero. Ya que el aumento de número de miembros en una variable trae consigo el aumento en la otra. Véase tabla IX.5.

Tabla IX.5. Distribución de la población por número de personas que componen el hogar familiar según número de miembros que trabajan y aportan dinero al mismo (% por columnas)

Miembros que aportan dinero al hogar familiar	Personas que componen el hogar familiar					Total personas aportan dinero
	1 miembro	2 miembro	3 miembros	4 miembros	5 o más miembros	
1 miembro	97,8%	40,2%	61,3%	38,3%	41,3%	49,7%
2 miembros	2,2% ²	59,8%	36,0%	54,3%	32,1%	42,6%
3 miembros	0,0%	0,0%	2,7%	4,3%	16,5%	4,9%
4 miembros	0,0%	0,0%	0,0%	3,1%	8,3%	2,4%
5 miembros	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta de hábitos de consumo y compra de los habitantes de Motril 2008.

A pesar que la tendencia general, a nivel estatal, al aumento del número de hogares compuestos por una persona, solo el 7.8% de los encuestados afirmaron vivir en un hogar

² Éste dato, puede ser contradictorio en principio, pero hace referencia a que uno de los encuestados era inmigrante, por lo que podemos suponer que su pareja viva fuera de Motril, pero, a la hora de aportar dinero al hogar familiar, sean dos personas las que lo hagan.

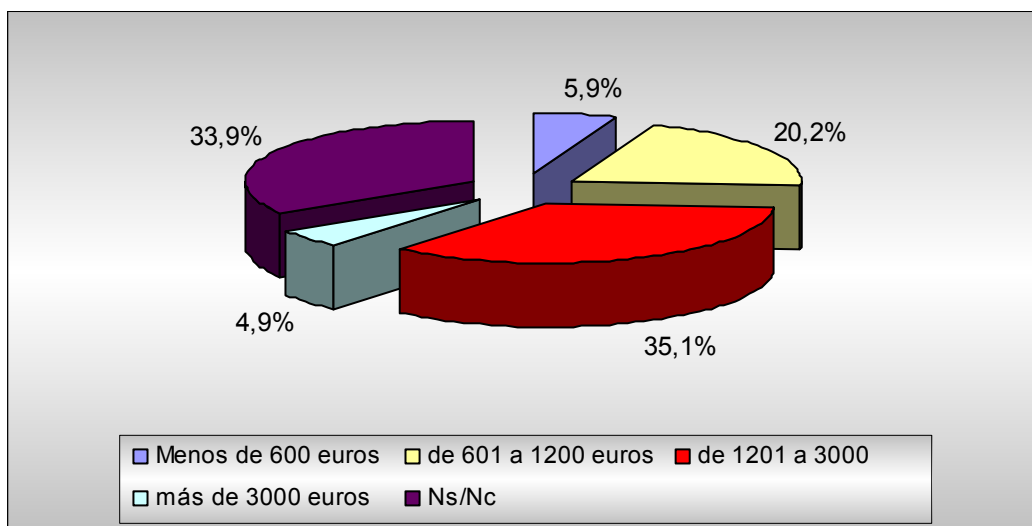


unipersonal. De éstos, el 34.04% están formados por personas mayores de 60 años, porcentaje muy similar al que conforman el grupo de edad de 19 a 38 años.

Otro de los datos que debemos tener en cuenta de los hogares es el poder adquisitivo de cada uno de ellos. Al preguntar en el cuestionario por los ingresos mensuales por unidad familiar, nos encontramos con que solo el 66.1% contestaron a esta pregunta, resultado previsible, dado que es una de las preguntas a las que los encuestados se muestran más reacios a contestar.

Como puede apreciarse en el gráfico IX.5., el 35.08% de la población, afirman que los ingresos en el hogar familiar están entre 1200 y 3000 euros, cantidad que a priori nos habla de un nivel adquisitivo medio-alto. No obstante, para poder realizar tal afirmación debemos saber cuántas personas viven en ese hogar familia.

Gráfico IX.5. Distribución de la población según ingresos mensuales por unidad familiar (%).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre hábitos de consumo y compra en el municipio de Motril 2008

Si bien, el número de miembros por el que está compuesto el hogar familiar incide significativamente en el volumen de ingresos del mismo, es destacable el caso de aquellos que



Servicio Andaluz de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO



EXCMO. AYTO. MOTRIL

ESTUDIO DEL SECTOR COMERCIAL DE MOTRIL



Fondo Social Europeo

afirmaron tener unos ingresos familiares de 600 euros o menos. Como queda reflejado en el cuadro IX.6., de estos, el 45.7% afirmaron vivir en un hogar formado por 3 personas.

Gráfico IX.6. Distribución de la población según ingresos mensuales por unidad familiar, y número de miembros que la componen.

Miembros que componen el hogar familiar	Ingresos mensuales por unidad familiar				
	Menos de 600 euros	De 601 a 1200 euros	De 1201 a 3000 euros	Más de 3000 euros	Ns/Nc
1 miembro	20,0%	9,8%	2,4%	0,0%	11,6%
2 miembros	22,9%	20,5%	19,2%	24,1%	22,6%
3 miembros	45,7%	28,7%	23,1%	10,3%	24,1%
4 miembros	8,6%	26,2%	33,2%	44,8%	22,6%
5 y más miembros	2,9%	14,8%	22,1%	20,7%	19,1%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta sobre hábitos de consumo y compra de la población de Motril 2008.

Según los datos expuestos hasta aquí y para concluir este apartado, podemos decir que el perfil mayoritario de los hogares de los consumidores encuestados es de hogares formados por 4 personas con unos ingresos mensuales por unidad familiar de entre 1201 y 3000 euros, en los que solo un miembro es el sustentador familiar.



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.sici.dominus.com
e-mail: dominus@sicidominus.com