

EL COMERCIO EN LA CIUDAD DE CEUTA

Samantha Navas García¹, Ana E. Marín Jiménez²

¹ Facultad de Educación, Economía y Tecnología de Ceuta, Universidad de Granada, España. samanthang91@gmail.com

² Departamento de Estadística e Investigación Operativa, Universidad de Granada, Campus de Ceuta, España. anamarin@ugr.es



1. Introducción sobre Ceuta

Debido a su situación privilegiada, el encontrarse entre dos continentes, es contemplada como lugar de paso, centro de compras o lugar de visita.

Ceuta se oferta como una ciudad para visitar e ir de compras, de hecho, existe un lema con la frase: "Ceuta ciudad de compras", desde la que se publicita Ceuta como un enclave geográfico donde pueden realizarse compras de calidad a precios inmejorables.



Para conocer la opinión de la población sobre el comercio existente en Ceuta se ha realizado un estudio de campo en el que se ha preguntado diferentes cuestiones sobre los comercios existentes en Ceuta y fuera de ella, a través del reparto de una encuesta.

2. Objetivos:

Con la realización de la encuesta se pretenden conseguir una serie de objetivos a través de los cuales poder obtener la información necesaria para el estudio de las preferencias de los consumidores de Ceuta. El método que se ha elegido para la encuesta es 'El cuestionario'.

Estos objetivos son:

- Conocer el porcentaje de población que compra fuera de Ceuta, interesándose en la empresa y el lugar al que ésta población va a comprar.
- Averiguar el motivo o motivos por los que compran fuera de Ceuta.
- Cuales son los comercios o franquicias que el público objetivo demanda.
- Realizar una comparación de las compras realizadas en Ceuta y las compras realizadas fuera de ella.
- Obtener información acerca de la frecuencia con la que la población compra en Ceuta y fuera de Ceuta.
- Conseguir una valoración general del comercio en Ceuta
- Conocer la satisfacción/insatisfacción del público objetivo acerca de los comercios asentados actualmente en la ciudad.

3. Cuestionario:

DIVISIÓN DEL CUESTIONARIO

Primer bloque: Preguntas demográficas para asentar a la población encuestada.

Segundo bloque: Preguntas referidas a si los encuestados compran fuera de Ceuta, los motivos que le llevan a ello y cómo realizan esas compras.

Tercer bloque: Preguntas relacionadas con las compras en Ceuta y fuera de ella, y la frecuencia con la que realizan esas compras.

Cuarto bloque: Preguntas para saber los comercios que les gustarían que hubiese, conocer la valoración del comercio en Ceuta y qué mejorarían de él.

4. Muestra y tipo de muestreo:

Muestra → 109 individuos.

Base de la población → Censo de población de Ceuta del 2011 (se han excluido a los menores de 14 años ya que se considera que no van a aportar información en cuanto a actividades comerciales).

Población de Ceuta por sexo y edad 2011						
EDAD	HOMBRES		MUJERES		TOTAL	
	F. Absoluta	Porcentaje	F. Absoluta	Porcentaje	F. Absoluta	Porcentaje
15 - 24	5.864	17,48	5.492	17,22	11.356	17,55
25 - 34	6.980	20,80	6.342	19,88	13.322	20,35
35 - 44	6.765	20,16	5.970	18,72	12.735	19,46
45 - 54	6.070	18,09	5.509	17,27	11.579	17,69
>55	7.878	23,48	8.884	26,91	16.462	25,15
TOTAL	33.557	100	31.897	100	65.454	100

Se ha realizado el muestreo por cuotas a partir de este censo dividido por sexo y edad. Se ha calculado el porcentaje de población en cada uno de los segmentos de edad y se ha tomado la muestra de forma que conserve estos mismos porcentajes.

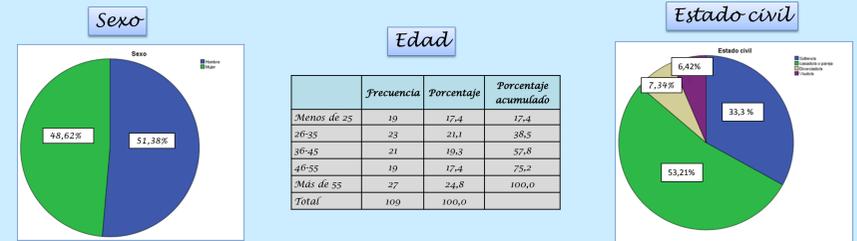
¿ Por qué hemos escogido la técnica del muestreo por cuotas?

Porque es la más sencilla de utilizar en este tipo de estudios, es la que mejor se ajusta a los objetivos y tiempo de realización del trabajo.



5. Algunos resultados:

Primer bloque:



Segundo bloque:

Comprar en Ceuta

Sexo	No	Si	Total
Hombre	19	37	56
Mujer	17	32	53
Total	36	69	105

Comprar en

	Península	Marruecos	Gibrálar	Otros
Hombre	26 (46,4%)	41 (73,2%)	56 (100,0%)	56 (100,0%)
Mujer	22 (41,5%)	43 (81,1%)	53 (100,0%)	53 (100,0%)
Total	48 (60,0%)	84 (82,3%)	109 (100,0%)	109 (100,0%)

Motivos por los que realizan sus compras fuera de Ceuta

		Es más económico		Más variedad		Más calidad		Otro motivo	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	No	37	66,1	22	39,3	45	80,4	56	100,0
	Si	19	33,9	34	60,7	11	19,6	0	0
	Total	56	100,0	56	100,0	56	100,0	56	100,0
Mujer	No	38	71,7	21	39,6	45	84,9	53	100,0
	Si	15	28,3	32	60,4	8	15,1	0	0
	Total	53	100,0	53	100,0	53	100,0	53	100,0
Total	No	75	68,8	43	39,4	90	82,6	109	100,0
	Si	34	31,2	66	60,6	19	17,4	0	0
	Total	109	100,0	109	100,0	109	100,0	109	100,0

Formas de comprar fuera de Ceuta

		Por Internet		Personalmente		A través de otra persona		Otro modo	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	No	39	69,6	22	39,3	49	87,5	56	100,0
	Si	17	30,4	34	60,7	7	12,5	0	0
	Total	56	100,0	56	100,0	56	100,0	56	100,0
Mujer	No	39	73,6	21	39,6	48	90,6	53	100,0
	Si	14	26,4	32	60,4	5	9,4	0	0
	Total	53	100,0	53	100,0	53	100,0	53	100,0
Total	No	78	71,6	43	39,4	97	89,9	109	100,0
	Si	31	28,4	66	60,6	12	11,1	0	0
	Total	109	100,0	109	100,0	109	100,0	109	100,0

Tercer bloque:

Cuadro resumen sobre compras en Ceuta y fuera de Ceuta para ambos sexos

Suele usted comprar...	En Ceuta	Fuera de Ceuta
Alimentación	Semanalmente (46,8%)	Nunca (58,2%)
Ropa, zapatos y complementos	De forma esporádica (56,9%)	De forma esporádica (72,5%)
Electrónica/Informática	De forma esporádica (63,3%)	De forma esporádica (57,8%)
Poquitos electrodomésticos	De forma esporádica (74,3%)	Nunca (51,4%)
Mobiliario	De forma esporádica (68,8%)	Nunca (58,2%)
Droguería	De forma esporádica (38,5%)	Nunca (53,2%)
Librería/Papelaría	De forma esporádica (68,8%)	Nunca (65,1%)

Cuarto bloque:

Comercios que a los encuestados les gustaría que hubiese en Ceuta

Comercio	Frecuencia	Porcentaje
Primark	7	6,4%
H&M	7	6,4%
Vans	1	0,9%
Millemark	65	60,6%
Woltem	4	3,7%
Corre lapins	3	2,8%
Carrefour	7	6,4%
Factory	1	0,9%
Restaurante japonés	1	0,9%
Apple	1	0,9%
Decathlon (grande)	1	0,9%
Tienda de artículos de fotografía	1	0,9%
Fase	2	1,8%
Total de respuestas	107	100

Puntuación general del comercio en Ceuta por sexos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totamente satisfecho	2	3,6	3,6
Bastante satisfecho	7	12,5	16,1
Satisfecho	12	21,4	37,5
Poco satisfecho	25	44,6	82,1
Toralmte insatisfecho	9	16,1	98,2
NS/NC	1	1,8	100,0
Total	56	100,0	
Totamente satisfecho	2	3,8	3,8
Bastante satisfecho	5	9,4	13,2
Satisfecho	18	34,0	47,2
Poco satisfecho	23	43,4	90,6
Toralmte insatisfecho	4	7,5	98,1
NS/NC	1	1,9	100,0
Total	53	100,0	
Totamente satisfecho	4	7,5	7,5
Bastante satisfecho	12	22,6	14,7
Satisfecho	30	56,6	42,2
Poco satisfecho	48	90,6	86,2
Toralmte insatisfecho	13	24,5	98,2
NS/NC	2	3,8	100,0
Total	109	100,0	

Mejoras sobre el comercio en Ceuta

	Frecuencia	Porcentaje
Horarios	34	31,2%
Ofertas	5	4,6%
Variedad de productos	17	15,9%
Calidad	11	10,3%
Etiquetas de precios	27	25,2%
Atención al cliente	10	9,3%
Promociones	8	7,5%
Nuevos comercios	5	4,6%
Plazos de entrega de mercancía de productos que vienen de la Península	5	4,6%
Disponibilidad de artículos poco comunes	3	2,8%
Especializar a los dependientes formación de empleados	7	6,5%
Etiquetas de artículos con defectos	2	1,9%
¿Cansado hay que mandarlo a pedir a la Península?	1	0,9%
Existencia de productos caducados en supermercados	1	0,9%
Stock de productos	3	2,8%
Total de respuestas	129	100

6. Conclusiones:

- La muestra analizada es de un 51,4% de hombres y un 48,6% de mujeres.
- La mayoría son personas casados/as o con pareja, representando al 53,21%.
- La Península es el lugar donde más se realizan compras con un 56%.
- El motivo más frecuente de comprar fuera de Ceuta es porque existe más variedad (60,6%) y a la hora de comprar lo hacen personalmente con un 60,6%.
- De los encuestados, el 44% asegura estar poco satisfecho, un 27,5% de personas que se sienten satisfechas, y un 3,7% está totalmente insatisfecho.
- Finalmente, los encuestados coinciden en que se podría mejorar la bajada de precios, seguido de los horarios y aumentar la variedad de productos.



Universidad de Granada