



**ESTUDIO DE LA DEMANDA COMERCIAL DE LA CIUDAD DE ZARAGOZA
(PLEC 2015-2018)**



**PLAN LOCAL DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL
ZARAGOZA**

TOMO I

| | |
|---|-----------|
| METODOLOGÍA | 4 |
| ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA DEMANDA | 7 |
| I.1 FLUJOS DE CONSUMO | 8 |
| I.2 HÁBITOS DE COMPRA | 12 |
| <i>Bienes diarios</i> | 14 |
| <i>Equipamiento personal</i> | 26 |
| <i>Equipamiento del hogar</i> | 37 |
| <i>Bienes ocasionales</i> | 48 |
| I.3 EL CONSUMIDOR E INTERNET | 59 |
| I.4 TIPOLOGÍA DEL CONSUMIDOR | 66 |
| I.5 COMERCIO Y CIUDAD | 76 |
| ANEXOS | 82 |
| CUESTIONARIO EMPLEADO | 83 |

TOMO II

| | |
|---|------------|
| ANEXOS | 91 |
| TABLAS CRUCES: EDAD, SEXO, PERFIL SOCIOECONÓMICO Y ZONAS DE RESIDENCIA | 92 |
| ANÁLISIS CLUSTER | 314 |
| CONTACTO | 358 |

METODOLOGÍA

| | |
|--|---|
| Universo: | Familias residentes en la ciudad de Zaragoza. |
| Persona a entrevistar: | Responsable de la compra familiar. |
| Tamaño muestral: | Se han realizado 1.008 encuestas , lo que supone operar con un error estadístico del $\pm 3,1\%$ para un intervalo de confianza del 95%. |
| Persona a entrevistar: | Responsable de la compra familiar. |
| Distribución de la muestra (cuotas) : | Proporcional a la zonas de residencia (áreas comerciales). |
| Tipo de entrevista: | CATI (Entrevista Telefónica Asistida por Ordenador) |
| Duración entrevista: | 10-15 minutos |
| Trabajo de campo: | Del 17 de noviembre al 3 de diciembre de 2014 |

ENCUESTA A LA DEMANDA: PROPORCIONES

| | Proporción nº encuestas por zona* | Encuestas realizadas | Diferencia |
|------------------------------|--------------------------------------|----------------------|--------------|
| 1. Casco Histórico | 66 | 68 | 0,1% |
| 2. Centro | 76 | 80 | 0,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 159 | 159 | -0,1% |
| 4. Fernando el Católico | 36 | 39 | 0,3% |
| 5. San José | 97 | 97 | -0,1% |
| 6. Las Fuentes | 61 | 71 | 0,9% |
| 7. Almozara | 36 | 41 | 0,5% |
| 8. Oliver - Valdefierro | 61 | 47 | -1,4% |
| 9. Torrero | 54 | 50 | -0,4% |
| 10. Actur | 85 | 89 | 0,3% |
| 11. Periferia | 60 | 60 | 0,0% |
| 12. Romareda-Juan Pablo II | 36 | 48 | 1,2% |
| 13. Arrabal | 116 | 106 | -1,1% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 56 | 53 | -0,3% |
| TOTALES | 1.000 | 1.008 | 0,01% |

* Proporción de encuestas calculada tras consultar los datos del Padrón Municipal del Observatorio Municipal de Estadística del Ayuntamiento de Zaragoza a fecha de noviembre de 2014.

Comprobamos que no existen diferencias sustanciales entre la proporción de encuestas calculada tras consultar los datos poblacionales y las encuestas realizadas en el estudio, por lo que se mantendría la distribución muestral calculada inicialmente.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA DEMANDA

I.1 FLUJOS DE CONSUMO

Para conocer los hábitos de compra de la población residente en Zaragoza se han calculado los flujos de consumos entre las diferentes Áreas Comerciales de la ciudad.

La información viene estructurada de la siguiente manera: en columnas se identifican las Áreas de residencia, de la 1 a la 14 y una columna para el total de la población de Zaragoza. En filas se identifican las Áreas donde los residentes han afirmado comprar habitualmente todos los bienes (bienes diarios, equipamiento personal, equipamiento del hogar y bienes ocasionales) en cualquier tipo de formato comercial.

Las conclusiones obtenidas tras el tratamiento de los datos son las siguientes:

- ⊙ **Los residentes encuestados afirman comprar en 2,3 Áreas Comerciales;** es decir, suelen comprar en la zona en la que residen y en otra u otras dos más. La media de Áreas visitadas en sus compras habituales por los residentes de la propia Área comercial es de **1,3**, significativamente menor que la media general.
- ⊙ **Las Áreas comerciales más visitadas** por residentes en otras zonas, son por este orden: el **Centro** (58%), **Torrero-Puerto Venecia** (44%) y **Actur** (31%).
- ⊙ Comprobamos que los residentes en Zaragoza compran generalmente **en su misma zona**. Este dato se obtiene debido a que la compra de **bienes diarios**; que es la que prevalece, se suele realizar en **establecimientos próximos al hogar**. La excepción la encontramos en los residentes en Casablanca-Valdespartera, de los cuales un 15% afirma no comprar habitualmente en su barrio.

HÁBITOS DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE ZARAGOZA. Zonas donde compran

| | Base: | ÁREA DONDE RESIDE | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-------------------|------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|
| | | Total | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| | | 1008 | 68 | 80 | 159 | 39 | 97 | 71 | 41 | 47 | 50 | 89 | 60 | 48 | 106 | 53 |
| ÁREA DONDE COMPRAN HABITUALMENTE LOS BIENES DE CONSUMO | 1. Casco histórico | 18 | 100 | 38 | 27 | 17 | 15 | 13 | 10 | 0 | 24 | 17 | 17 | 17 | 19 | 20 |
| | 2. Centro | 58 | 74 | 99 | 62 | 72 | 75 | 57 | 55 | 24 | 66 | 68 | 50 | 73 | 58 | 55 |
| | 3. Avenida Madrid-Delicias | 11 | 12 | 10 | 98 | 7 | 7 | 9 | 24 | 49 | 10 | 2 | 8 | 22 | 10 | 14 |
| | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 2 | 4 | 5 | 3 | 100 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 2 | 2 | 4 |
| | 5. San José | 5 | 2 | 8 | 3 | 3 | 98 | 23 | 0 | 3 | 3 | 0 | 12 | 5 | 2 | 6 |
| | 6. Las Fuentes | 2 | 4 | 0 | 1 | 0 | 11 | 99 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 3 | 0 |
| | 7. Almozara | 2 | 8 | 0 | 2 | 7 | 0 | 2 | 98 | 3 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1 | 2 |
| | 8. Oliver-Valdefierro | 6 | 2 | 5 | 9 | 0 | 0 | 4 | 10 | 100 | 3 | 6 | 2 | 17 | 1 | 28 |
| | 9. Torrero-Puerto Venecia | 44 | 30 | 60 | 40 | 35 | 50 | 47 | 28 | 46 | 98 | 42 | 60 | 34 | 40 | 82 |
| | 10. Actur | 31 | 30 | 30 | 35 | 10 | 19 | 34 | 62 | 9 | 14 | 98 | 64 | 15 | 56 | 18 |
| | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 1 | 0 | 5 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 | 0 | 95 | 2 | 2 | 2 |
| | 12. Romareda | 1 | 0 | 3 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 0 | 94 | 2 | 2 |
| | 13. Arrabal | 1 | 0 | 5 | 2 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 2 | 100 | 0 |
| | 14. Casablanca-Valdespartera | 1 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 0 | 7 | 0 | 85 |
| Fuera de la ciudad de Zaragoza | 4 | 4 | 3 | 1 | 0 | 3 | 2 | 7 | 9 | 7 | 4 | 4 | 2 | 7 | 8 | |
| <i>nº medio de zonas donde compra</i> | 2,3 | 2,3 | 1,8 | 2,2 | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,4 | 2,0 | 1,8 | 1,9 | 2,8 | 2,7 | 2,9 | 3,2 | |

Unidad empleada: porcentajes

Preguntas múltiples por lo que era posible obtener más de una respuesta.

Base: 1.008 casos

Las áreas comerciales más visitadas por residentes en otras zonas son la zona Centro, Torrero-Puerto Venecia y Actur.

HÁBITOS DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES DE ZARAGOZA. Resumen de flujos



Dirección de flujo y porcentaje $\geq 30\%$

Principales zonas receptoras de flujo:

- AC1: Centro histórico
- AC3: Avda.. Madrid-Delicias
- AC9: Torrero-Puerto Venecia
- AC10: Actur

1.2 HÁBITOS DE COMPRA

Introducción

Para conocer los hábitos de consumo de los residentes de Zaragoza se ha realizado una **diferenciación entre los diferentes tipos de bienes** comercializados. A continuación mostramos la definición de cada una de las categorías empleadas:

- ⊙ **Bienes diarios:** productos de alimentación, droguería e higiene.
- ⊙ **Equipamiento personal:** productos de ropa, calzado y complementos.
- ⊙ **Equipamiento del hogar:** productos mobiliario, electrodomésticos y menaje.
- ⊙ **Bienes ocasionales:** productos de tecnología, ocio y cultura y relojería/joyería.

En cada categoría de productos se realizará el siguiente análisis:

- ⊙ Movimientos de los residentes respecto a su propia Área: Retención y Evasión.
 - Retención: Proporción de individuos que realizan la compra habitual analizada en el mismo Área en la que reside. *El dato se expresa en base a cada Área.*
 - Evasión: Proporción de individuos que realizan la compra habitual analizada en un Área distinta a la que reside. *El dato se expresa en base a cada Área.*
- ⊙ Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área: Captación y cuota de visita (Captación + Retención).
 - Captación: Proporción de individuos que realizan la compra habitual analizada en un Área distinta a la que reside y son captados por el Área indicada. *El dato se expresa en base al total de la muestra de Zaragoza.*
 - Cuota de visita: Suma de la retención y la captación de un Área *en base al total de la muestra Zaragoza.*
- ⊙ Cruces por zonas, sexo, edad y nivel socio económico
- ⊙ Tipo establecimiento donde realizan compras
- ⊙ Medio de transporte que utilizan
- ⊙ Aspectos determinantes a la hora de motivar la compra dentro o fuera de la zona de residencia.

BIENES DIARIOS

Productos alimentarios, las bebidas consumidas en el hogar, tabaco, droguería e higiene.

Hábitos de compra bienes diarios: Conclusiones obtenidas

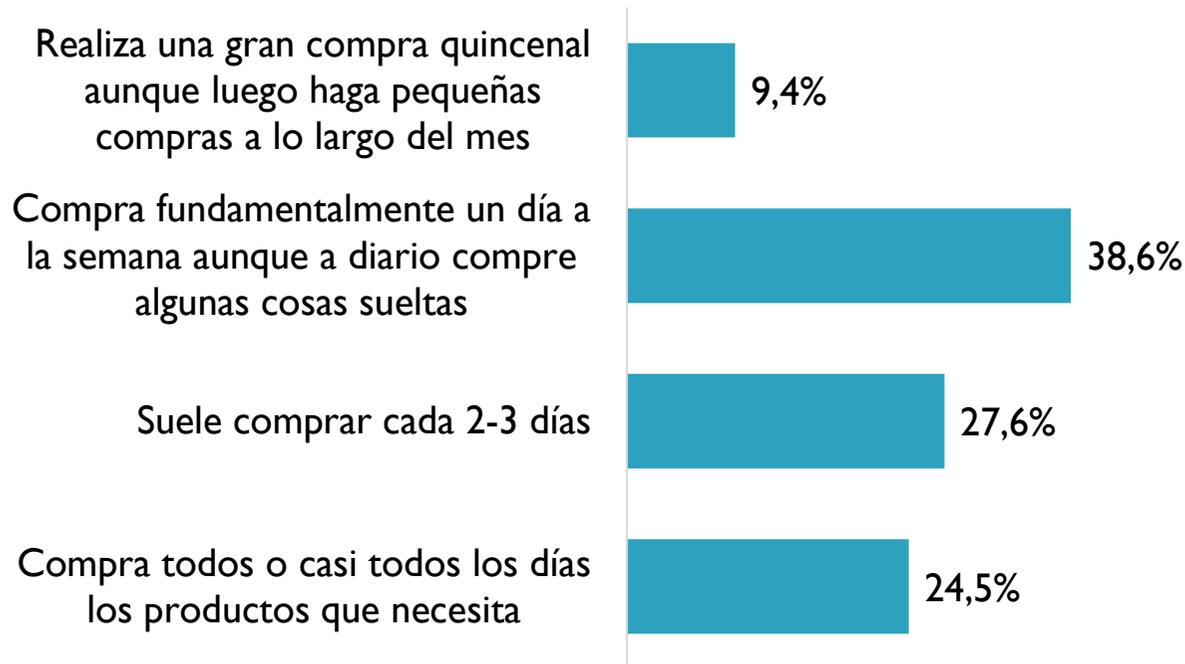
Hábitos de compra de bienes diarios:

- ⊙ **La mayoría de los bienes diarios suelen comprarse en una única compra**, aunque a diario compren algunas cosas sueltas, dicha respuesta se corresponde con el formato de establecimiento para realizar la compra, **destacando los supermercados (79,7%) seguidos de las tiendas especializadas/tiendas de barrio/ultramarinos (42,7%)**.
- ⊙ **Los jóvenes destacan por ser el tramo de edad que más va al supermercado (87%)** a comprar bienes diarios, **mientras que los mayores de 65 años van más a tiendas de barrio (53%)** próximas al domicilio. En cuanto a diferenciación por sexos comprobamos que los **hombres afirman comprar más en hipermercados (23%)**. Si tenemos en cuenta el perfil sociodemográfico comprobamos que las personas de nivel bajo son las que más compran en pequeños establecimientos de barrio (76%).
- ⊙ **La compra de bienes diarios suele realizarse en la zona donde se reside**. El área que mayor captación genera es Actur (Área 10) y también es la segunda que genera mayor cuota de visita. El área Avenida Madrid-Delicias (Área 3) es la zona que mayor cuota de visita presenta. Si tenemos en cuenta los formatos comerciales:
 - **En comercios de proximidad la retención es mayor**, prácticamente la totalidad de la muestra afirma comprar en su propia zona. El Centro y la Avenida Madrid-Delicias son las áreas con una mayor captación, siendo también esta última área la que presenta una mayor cuota de visita.
 - **En otros formatos el área que retiene más es la de Oliver-Valdefierro**, seguida de Actur. Si tenemos en cuenta el flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área comprobamos que la zona 10 (Actur) es la que más capta y presenta una mayor cuota de visita.
- ⊙ **8 de cada 10 encuestados afirma acudir a comprar los bienes diarios andando**. El medio de transporte más empleado es el coche, 1 de cada 4 encuestados dice emplearlo para realizar sus compras de bienes diarios. **El tramo de entre 30-45 años es el que destaca en ir en coche (38,2%)** a realizar las compras de bienes diarios, al igual que **los hombres (35%)**. Prácticamente la totalidad de los **mayores de 65 años va andando** a comprar bienes diarios (90,8%). Si tenemos en cuenta el perfil socio-económico, **las personas de nivel bajo son las que más andando y a medida que se incrementa el nivel se emplea más el coche**.
- ⊙ **El motivo más mencionado de la compra en comercios de su barrio es por proximidad/cercanía** de los comercios.
- ⊙ **En otros formatos la comodidad y la variedad de surtido son los motivos que prevalecen**.

Hábitos de compra bienes diarios: Frecuencia de compra

PIA. ¿Con qué frecuencia suele realizar Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar?

FRECUENCIA DE COMPRA



Prácticamente el 40% de los residentes en Zaragoza afirma comprar un día a la semana aunque a diario realice pequeñas compras puntuales

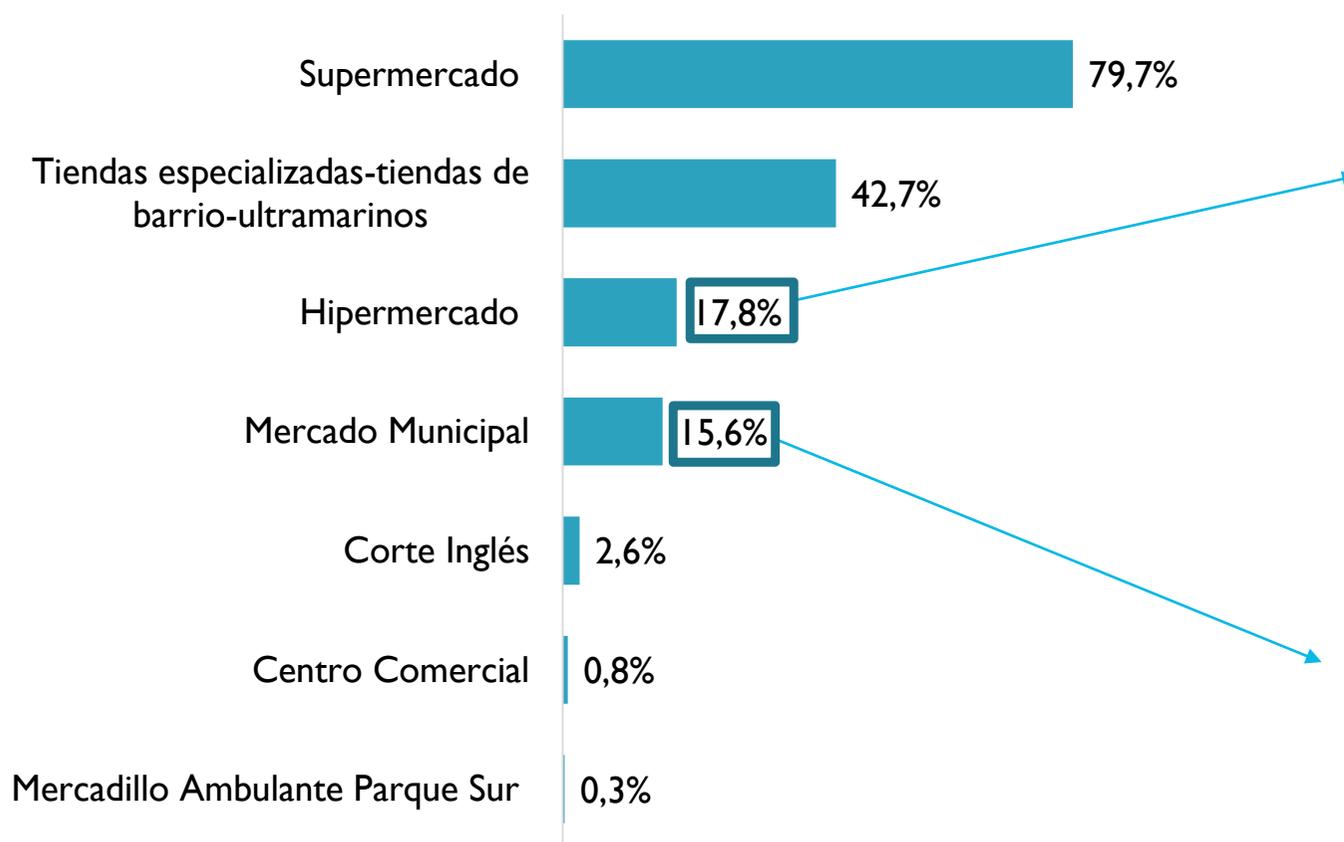
Base: 1.005 casos

Hábitos de compra bienes diarios: Tipos de establecimientos

**Prácticamente 8 de cada 10 encuestados afirma comprar los bienes diarios en supermercados.
El segundo formato más empleado son las tiendas de barrio.**

PIB. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? (Múltiples respuestas)

TIPO DE ESTABLECIMIENTO



| HIPERMERCADOS | % |
|--|-------|
| Carrefour (Actur) | 32,8% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 26,7% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 20,6% |
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 17,8% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 14,4% |
| Hiperacor (C.C Puerto Venecia) | 6,7% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% |

| MERCADOS | % |
|--|-------|
| Mercado Municipal Lanuza (Centro) | 24,4% |
| M. Delicias | 17,9% |
| M. Las Fuentes | 13,5% |
| M. Valdespartera | 5,1% |
| Mercado Municipal San Vicente de Paul (Centro) | 4,5% |
| M. Puerta Sancho | 4,5% |
| M. Hernan Cortes | 4,5% |
| M. Caspe | 3,8% |
| M. Paseo Teruel | 3,2% |
| M. Arzobispo Domech | 2,6% |
| M. Altabas | 2,6% |
| M. Antonia Leiva | 1,9% |

Base: 1.005 casos

Hábitos de compra bienes diarios: Formato comercial cruces variables socio-demográficas

FORMATO COMERCIAL

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
|----------------------|--------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|
| Base: | 1.005 | 68 | 80 | 159 | 39 | 97 | 70 | 41 | 47 | 50 | 89 | 60 | 48 | 106 | 51 |
| Media de respuestas: | 1,21 | 1,32 | 1,15 | 1,15 | 1,21 | 1,19 | 1,18 | 1,15 | 1,13 | 1,18 | 1,11 | 1,27 | 1,40 | 1,23 | 1,45 |

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|--|--------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|------------|------------|-----------------------|------------|-------|------------|------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 1.005 | 62 | 259 | 435 | 249 | 297 | 708 | 21 | 201 | 316 | 271 | 142 |
| Tiendas especializadas-tiendas de barrio-ultramarcas | 43% | 27% | 35% | 44% | 53% | 41% | 43% | 76% | 37% | 41% | 47% | 37% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 80% | 87% | 78% | 82% | 76% | 76% | 81% | 67% | 84% | 80% | 76% | 84% |
| Galería Comercial | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0% | 0% | 0% | 0% | 1% | 0% | 0% | 0% | 1% | 0% | 0% | 0% |
| Mercado Municipal | 16% | 7% | 8% | 18% | 21% | 12% | 17% | 14% | 16% | 16% | 16% | 16% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor) | 18% | 15% | 29% | 17% | 9% | 23% | 16% | 10% | 14% | 19% | 24% | 12% |
| Corte Inglés | 3% | 0% | 2% | 2% | 5% | 2% | 3% | 5% | 1% | 2% | 3% | 8% |
| Centro Comercial | 1% | 0% | 1% | 1% | 0% | 1% | 1% | 0% | 1% | 1% | 1% | 2% |

Base: 1.005 casos

Los jóvenes destacan por ser el tramo de edad que más va al supermercado a comprar bienes diarios, mientras que los mayores de 65 años van más a tiendas de barrio próximas al domicilio. En cuanto a diferenciación por sexos comprobamos que los hombres afirman comprar más en hipermercados. Si tenemos en cuenta el perfil sociodemográfico comprobamos que las personas de nivel bajo son las que más compran en pequeños establecimientos de barrio.

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | | % de población |
|---|---|--------------------------------------|--|---|----------------|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) | |
| 1. Casco histórico | 97% | 27% | 12% | 9% | 7% |
| 2. Centro | 95% | 16% | 17% | 11% | 8% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 98% | 15% | 15% | 19% | 16% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 92% | 28% | 2% | 4% | 4% |
| 5. San José | 98% | 16% | 10% | 11% | 10% |
| 6. Las Fuentes | 99% | 17% | 6% | 8% | 7% |
| 7. Almozara | 95% | 17% | 5% | 5% | 4% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 100% | 13% | 15% | 8% | 5% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 96% | 16% | 9% | 7% | 5% |
| 10. Actur | 97% | 14% | 25% | 13% | 9% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 93% | 27% | 3% | 6% | 6% |
| 12. Romareda | 90% | 35% | 1% | 4% | 5% |
| 13. Arrabal | 100% | 18% | 3% | 11% | 11% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 88% | 45% | 3% | 5% | 5% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no | |

Base: 1.005 casos

Respecto a la compra de bienes diarios existe una importante retención en todas las áreas, se suele comprar en la zona donde se reside. El área que presenta una mayor evasión de residentes que compran en otras áreas es Casablanca-Valdespartera (Área 14).

El área que mayor captación genera es Actur (Área 10) y la segunda que genera mayor cuota de visita. El área Avenida Madrid-Delicias (Área 3) es la zona que mayor cuota de visita presenta.

Flujos compra comercio proximidad (tienda de barrio, supermercado, galería comercial)

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) |
| 1. Casco histórico | 98% | 11% | 4% | 7% |
| 2. Centro | 100% | 6% | 25% | 9% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 99% | 5% | 21% | 17% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 97% | 14% | 0% | 4% |
| 5. San José | 99% | 3% | 1% | 9% |
| 6. Las Fuentes | 100% | 4% | 3% | 7% |
| 7. Almozara | 100% | 3% | 8% | 5% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 100% | 15% | 12% | 4% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 96% | 6% | 8% | 5% |
| 10. Actur | 96% | 10% | 19% | 8% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 98% | 12% | 3% | 6% |
| 12. Romareda | 96% | 20% | 1% | 4% |
| 13. Arrabal | 100% | 7% | 5% | 11% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 96% | 15% | 5% | 5% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no |

Base: 1.005 casos

Se observa que en general existe una importante retención en todas las áreas, debido a que la compra en el comercio de proximidad suele realizarse en el mismo barrio. El Área que presenta una mayor evasión es la Romareda (20%). El Centro y la Avenida Madrid-Delicias son las áreas con una mayor captación, siendo también esta última área la que presenta una mayor cuota de visita.

Flujos compra otros formatos (mercados municipales, hipermercados, centros comerciales y grandes almacenes)

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) |
| 1. Casco histórico | 68% | 42% | 14% | 12% |
| 2. Centro | 64% | 39% | 10% | 10% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 67% | 42% | 14% | 15% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 22% | 78% | 2% | 1% |
| 5. San José | 65% | 54% | 12% | 10% |
| 6. Las Fuentes | 70% | 37% | 6% | 9% |
| 7. Almozara | 50% | 58% | 3% | 3% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 96% | 13% | 17% | 14% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 46% | 54% | 9% | 6% |
| 10. Actur | 91% | 16% | 26% | 23% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 8% | 92% | 3% | 2% |
| 12. Romareda | 13% | 87% | 0% | 1% |
| 13. Arrabal | 18% | 88% | 1% | 1% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 24% | 95% | 2% | 2% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no |

Base: 1.005 casos

El área que retiene más es la de Oliver-Valdefierro, seguida de Actur. En las zonas 14 y 11 es donde se realiza una mayor evasión.

Si tenemos en cuenta el flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área comprobamos que la zona 10 (Actur) es la que más capta y presenta una mayor cuota de visita.

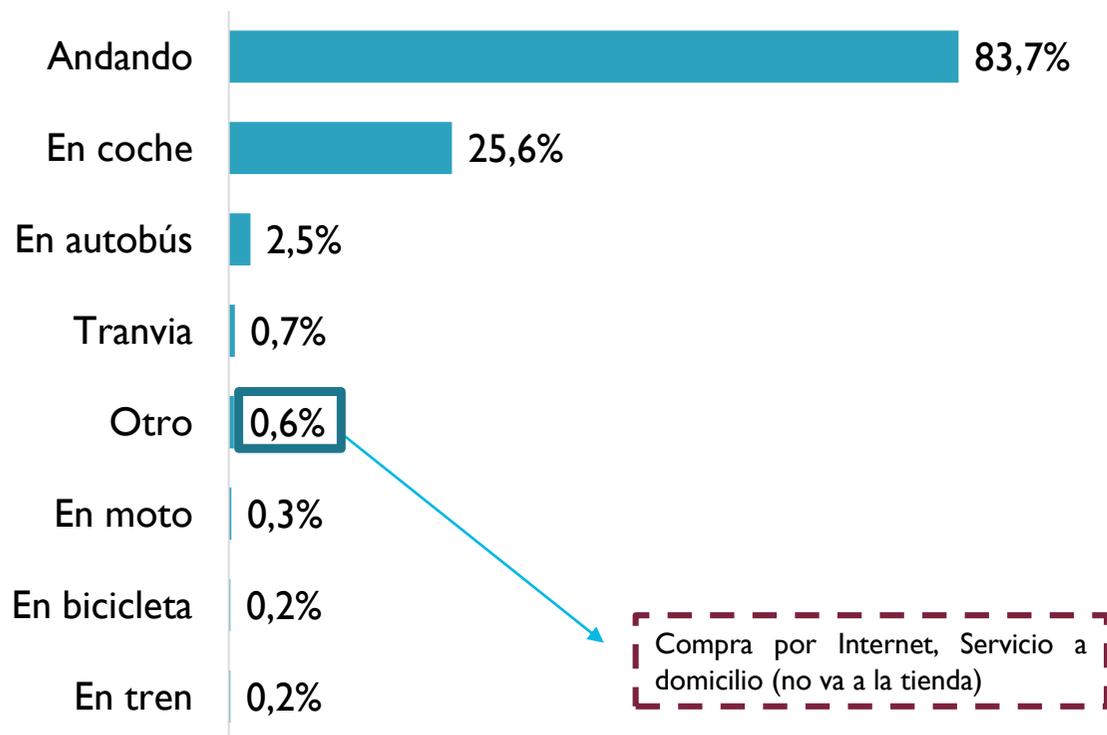
Hábitos de compra bienes diarios: Tipos de establecimientos

8 de cada 10 encuestados afirma acudir a comprar los bienes diarios andando.

El medio de transporte más empleado es el coche, 1 de cada 4 encuestados dice emplearlo para realizar sus compras de bienes diarios.

PIE. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de alimentación, droguería e higiene del hogar? (Múltiples respuestas)

MEDIO DE TRANSPORTE



Base: 1.005 casos

MEDIO DE TRANSPORTE

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|--------------|--------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|-------|-----------------------|------------|-------|------------|--------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 1.005 | 62 | 259 | 435 | 249 | 297 | 708 | 21 | 201 | 316 | 271 | 142 |
| Andando | 83,7% | 82,3% | 77,2% | 83,7% | 90,8% | 79,5% | 85,5% | 95,2% | 90,5% | 82,9% | 81,2% | 75,4% |
| En coche | 25,6% | 30,6% | 38,2% | 26,4% | 9,6% | 35,0% | 21,6% | 14,3% | 17,9% | 25,0% | 30,6% | 33,1% |
| En autobús | 2,5% | 1,6% | 3,1% | 1,8% | 3,2% | 1,0% | 3,1% | 4,8% | 3,5% | 2,8% | 1,5% | 1,4% |
| En tren | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,3% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% |
| En moto | 0,3% | 0,0% | 0,8% | 0,2% | 0,0% | 0,3% | 0,3% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,0% | 0,7% |
| En bicicleta | 0,2% | 1,6% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,7% |
| Tranvía | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 2,0% | 0,7% | 0,7% | 0,0% | 1,0% | 1,3% | 0,4% | 0,0% |
| Otro | 0,6% | 0,0% | 0,4% | 0,5% | 1,2% | 0,7% | 0,6% | 0,0% | 1,0% | 0,6% | 0,4% | 0,0% |

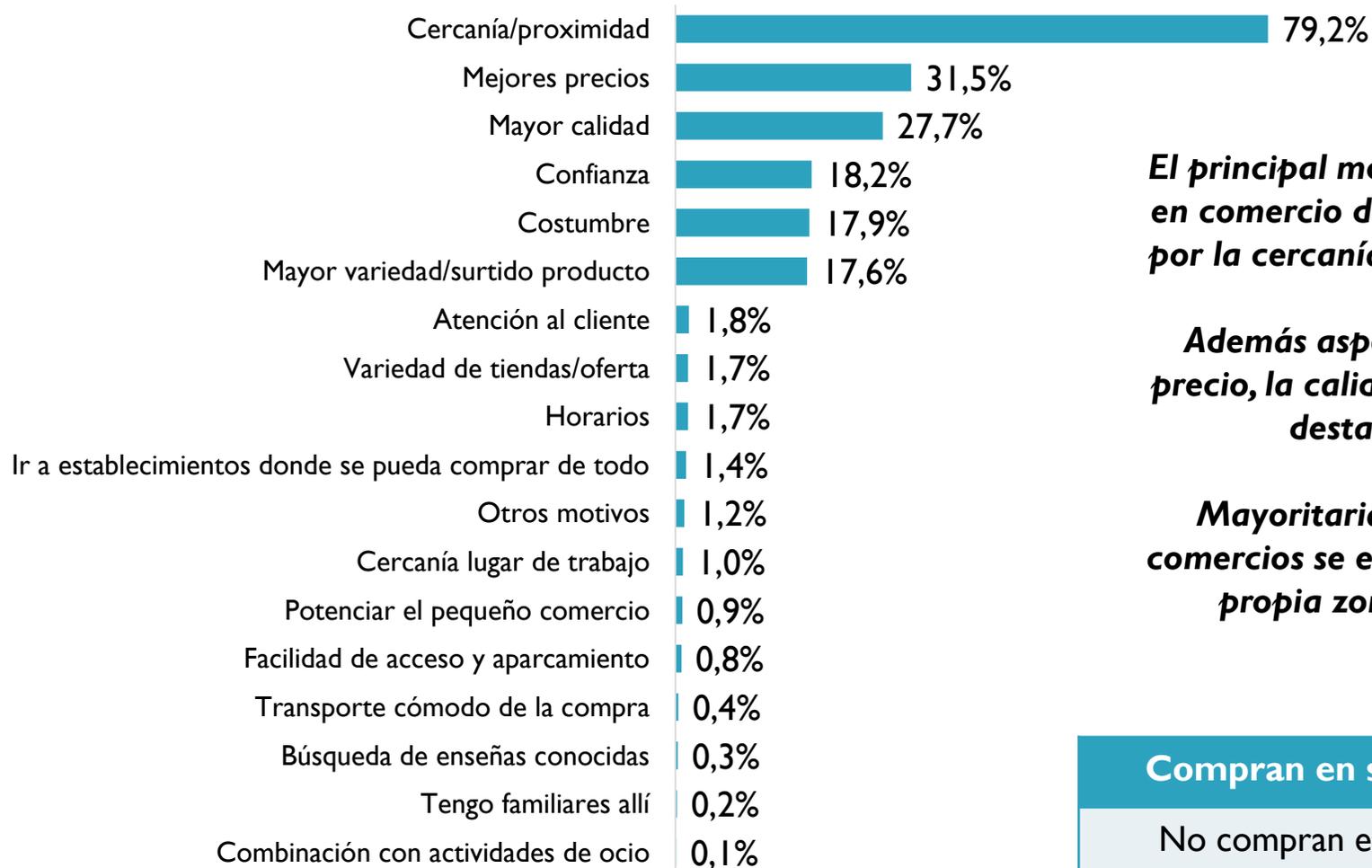
Base: 1.005 casos

El tramo de entre 30-45 años es el que destaca en ir en coche a realizar las compras de bienes diarios, al igual que los hombres. Prácticamente la totalidad de los mayores de 65 años va andando a comprar bienes diarios. Si tenemos en cuenta el perfil socio-económico, las personas de nivel bajo son las que más andando y a medida que se incrementa el nivel se emplea más el coche.

Hábitos de compra bienes diarios: Motivos compra en comercio de proximidad

PIF_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación y droguería en el comercio de proximidad de su zona o barrio? (Múltiples respuestas)

MOTIVOS COMPRA EN COMERCIO DE PROXIMIDAD



El principal motivo de compra en comercio de proximidad es por la cercanía que les ofrece.

Además aspectos como el precio, la calidad también son destacables.

Mayoritariamente estos comercios se encuentran en su propia zona o barrio.

Compran en su barrio: 98,5%

No compran en su barrio: 1,5%

Base: 1.005 casos

Hábitos de compra bienes diarios: Motivos compra en otros formatos

PIF_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación y droguería en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? (Múltiples respuestas)

MOTIVOS COMPRA EN OTROS FORMATOS



El principal motivo de compra en otros formatos es por comodidad.

Así como una mayor variedad de surtido y una buena relación calidad-precio.

Compran en su barrio: 59,5%

No compran en su barrio: 48,3%

Base: 1.005 casos

EQUIPAMIENTO PERSONAL

Prendas y complementos de vestir de hombre, mujer y niño; ropa y calzado

Hábitos de compra en equipamiento personal: Conclusiones obtenidas

Hábitos de compra en equipamiento personal:

- **Para realizar la compra de equipamiento personal destacan las tiendas especializadas situadas en la calle (54%),** seguidas de las compras en tiendas de Centros Comerciales (39,2%).
- **Los tramos más jóvenes (18-29 años y 30-45 años) destacan por acudir a las tiendas de los centros comerciales (62,9% y 57%) a realizar sus compras de equipamiento personal** y los más jóvenes a acudir también a medianas superficies especializadas. **Los más mayores (Más de 65 años) son los que más compran en tiendas situadas en la calle (67,3%) y en El Corte Inglés (42,1%).**
Por sexos, las mujeres son las que más compran en tiendas situadas en la calle (56%), mientras que **los hombres se decantan más por las medianas superficies especializadas (9,6%).**
Atendiendo al nivel socio-económico la clase media-baja suele destacar por comprar en tiendas especializadas situadas en la calle (63,4%), mientras que los individuos de clase media-alta son los que más compran en centros comerciales (43,5%) y los de la clase alta destacan por comprar en El Corte Inglés (36,8%).
- Respecto a la compra de equipamiento personal **la retención más importante la encontramos en las Áreas del Centro y Torrero-Puerto Venecia;** ambas del 89%, mientras que el Área de Casablanca-Valdespartera tan solo consigue retener a un 12% de los residentes entrevistados.
Comprobamos que casi la totalidad de los residentes de las Áreas 11 (Periferia) y 14 (Casablanca-Valdespartera) compran en otras zonas. Las zonas que más captan son las que también presentan una mayor cuota de visita; estas áreas son Centro, Torrero-Puerto Venecia y Actur. **Dentro de estas áreas los equipamientos que destacan a la hora de generar una mayor cuota de visita son: Centro con un 41% (tiendas situadas en las calles más comerciales, El Corte Inglés de Sagasta y Centro Comercial de Independencia), Torrero-Puerto Venecia con un 33% (Centro Comercial Puerto Venecia: incluyendo también a El Corte Inglés y a medianas superficies) y Actur con un 23% (Centro Comercial Gran Casa incluyendo también a El Corte Inglés y a medianas superficies).**
- **5 de cada 10 encuestados afirma acudir a comprar el equipamiento personal andando. Los medios de transporte más empleados son el coche y el autobús. Los tramos más jóvenes son los que más utilizan el coche como medio de transporte, así como los hombres.** Los mayores de 65 años son los que más van andando y conjuntamente con las personas de entre 46-65 años son los que más emplean el autobús. Las mujeres también destacan por emplear este medio de transporte. Teniendo en cuenta el nivel socio-económico las clases media y media-alta son las que más emplean el coche y tan solo un 12% de la clase alta afirma ir en autobús para hacer sus compras.
- **El principal motivo de compra en comercio de proximidad es por la cercanía.** Además hay otros aspectos importantes como la mayor calidad y la confianza.
- **El principal motivo de compra en otros formatos fuera de su zona o barrio es por mayor variedad/surtido de producto.** La comodidad y los mejores precios también son motivos que destacan.

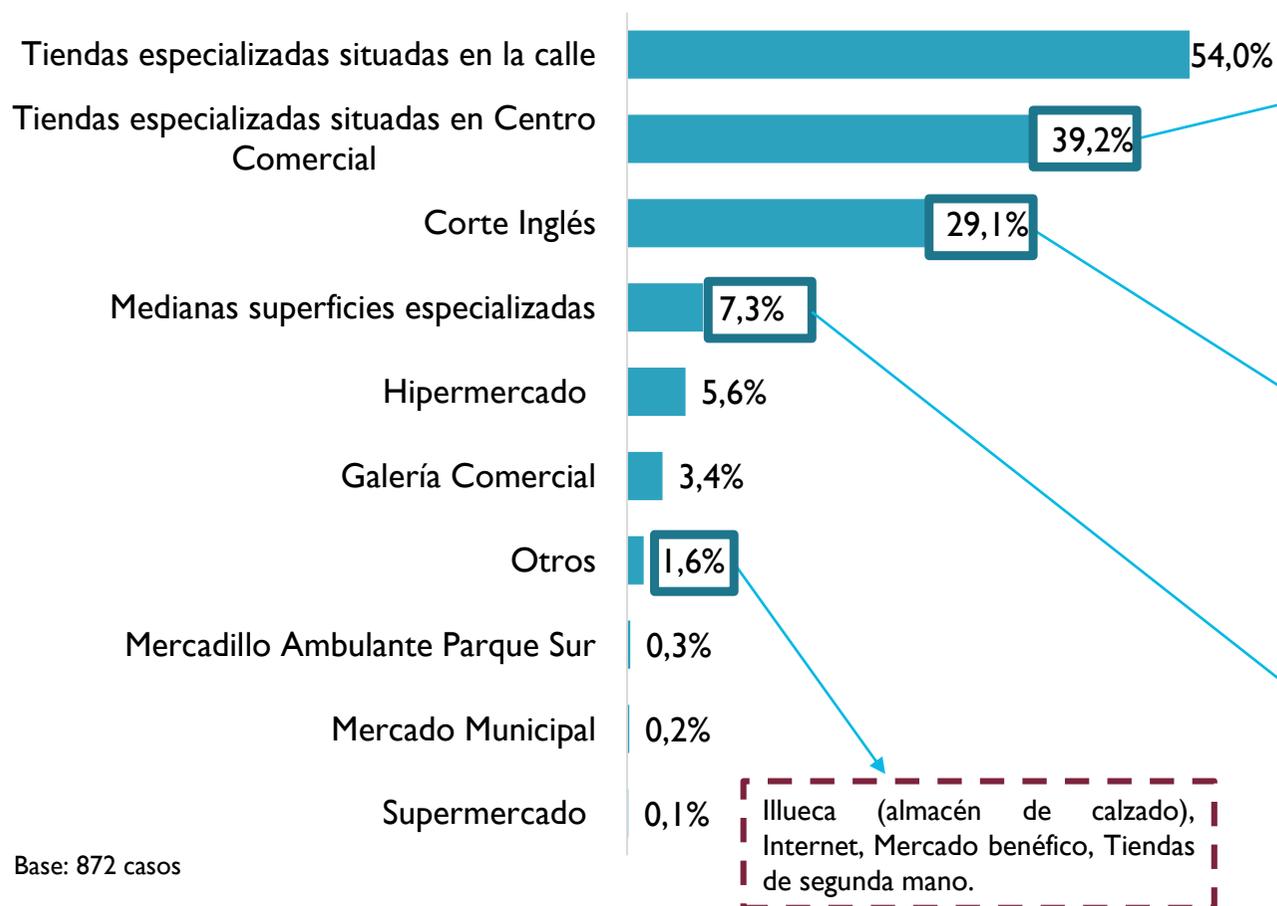
Hábitos de compra equipamiento personal: Tipos de establecimientos

Prácticamente 6 de cada 10 encuestados afirma comprar equipamiento personal en tiendas especializadas situadas en la calle, destacando la zona Centro si van a comprar fuera de su zona.

El segundo formato más empleado son las tiendas situadas en Centro Comercial, destacando el C.C. Puerto Venecia.

P2A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento personal?
(Múltiples respuestas)

TIPO DE ESTABLECIMIENTOS



| CENTRO COMERCIAL | % |
|---|--------------|
| C.C. Puerto Venecia (Torrero-Puerto Venecia) | 63,5% |
| C.C. Grancasa (Actur) | 39,2% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,0% |
| C.C. Augusta (Madrid-Tres Delicias) | 5,3% |
| C.C. Plaza Imperial (A2) | 5,3% |
| C.C. Puerta Cinegia (Casco Histórico) | 2,6% |
| C.C. Auditorama (Romadera) | 0,9% |

| EL CORTE INGLÉS | % |
|---|--------------|
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 64,3% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 25,0% |
| El Corte Inglés: C.C. Grancasa (Actur) | 20,4% |
| El Corte Inglés C.C Puerto Venecia (Torrero-Puerto Venecia) | 18,9% |

| MEDIANAS SUP. ESP | % |
|--------------------------|--------------|
| Primark | 69,8% |
| Decathlon | 42,9% |
| Otro: C&A, Kiabi, Outlet | 6,3% |

FORMATO COMERCIAL

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|-------------|--------------|-----------------------|--------------|-------|--------------|--------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 872 | 62 | 249 | 402 | 159 | 270 | 602 | 10 | 153 | 278 | 255 | 133 |
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 54,0% | 24,2% | 43,8% | 59,7% | 67,3% | 49,6% | 56,0% | 60,0% | 63,4% | 49,6% | 53,7% | 55,6% |
| Supermercado | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Galería Comercial | 3,4% | 3,2% | 2,8% | 4,0% | 3,1% | 1,5% | 4,3% | 0,0% | 4,6% | 4,0% | 3,5% | 1,5% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,6% | 0,4% | 0,3% | 10,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,3% | 10,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado | 5,6% | 1,6% | 7,2% | 5,7% | 4,4% | 6,7% | 5,1% | 0,0% | 10,5% | 6,5% | 3,5% | 2,3% |
| Corte Inglés | 29,1% | 17,7% | 18,5% | 32,3% | 42,1% | 28,9% | 29,2% | 10,0% | 27,5% | 25,9% | 31,0% | 36,8% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 39,2% | 62,9% | 57,0% | 35,8% | 10,7% | 38,5% | 39,5% | 10,0% | 33,3% | 39,9% | 43,5% | 39,8% |
| Medianas superficies especializadas | 7,3% | 16,1% | 9,6% | 6,2% | 3,1% | 9,6% | 6,3% | 0,0% | 7,8% | 7,6% | 6,3% | 9,8% |
| Otros | 1,6% | 6,5% | 2,0% | 1,0% | 0,6% | 2,2% | 1,3% | 0,0% | 0,7% | 1,8% | 3,1% | 0,0% |

Base: 872 casos

Los tramos más jóvenes (18-29 años y 30-45 años) destacan por acudir a las tiendas de los centros comerciales a realizar sus compras de equipamiento personal y los más jóvenes a acudir también a medianas superficies especializadas. Los más mayores (Más de 65 años) son los que más compran en tiendas situadas en la calle y en El Corte Inglés.

Por sexos, las mujeres son las que más compran en tiendas situadas en la calle, mientras que los hombres se decantan más por las medianas superficies especializadas.

Atendiendo al nivel socio-económico la clase media-baja suele destacar por comprar en tiendas especializadas situadas en la calle, mientras que los individuos de clase media-alta son los que más compran en centros comerciales y los de la clase alta destacan por comprar en El Corte Inglés.

Flujos compra equipamiento personal

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | | % de población |
|---|---|--------------------------------------|--|---|----------------|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) | |
| 1. Casco histórico | 70% | 57% | 2% | 6% | 7% |
| 2. Centro | 89% | 34% | 52% | 41% | 8% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 61% | 62% | 5% | 13% | 16% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 61% | 65% | 1% | 3% | 4% |
| 5. San José | 63% | 75% | 1% | 6% | 10% |
| 6. Las Fuentes | 54% | 67% | 0% | 3% | 7% |
| 7. Almozara | 37% | 83% | 1% | 2% | 4% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 46% | 69% | 1% | 2% | 5% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 89% | 30% | 44% | 33% | 5% |
| 10. Actur | 75% | 54% | 24% | 23% | 9% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 21% | 96% | 0% | 1% | 6% |
| 12. Romareda | 32% | 84% | 1% | 2% | 5% |
| 13. Arrabal | 28% | 89% | 0% | 3% | 11% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 12% | 98% | 0% | 1% | 5% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no | |

Base: 872 casos

Respecto a la compra de equipamiento personal la retención más importante la encontramos en las Áreas del Centro y Torrero-Puerto Venecia, mientras que el Área de Casablanca-Valdespartera tan solo consigue retener a un 12% de los residentes entrevistados.

Comprobamos que casi la totalidad de los residentes de las Áreas 11 (Periferia) y 14 (Casablanca-Valdespartera) compran en otras zonas.

Las zonas que más captan son las que también presentan una mayor cuota de visita; estas áreas son Centro, Torrero-Puerto Venecia y Actur.

Dentro de estas áreas los equipamientos que destacan a la hora de generar esta atracción son: Centro (tiendas situadas en las calles más comerciales, El Corte Inglés de Sagasta y Centro Comercial de Independencia), Torrero-Puerto Venecia (Centro Comercial Puerto Venecia: incluyendo también a El Corte Inglés y a medianas superficies) y Actur (Centro Comercial Gran Casa incluyendo también a El Corte Inglés y a medianas superficies).

Flujos compra equipamiento personal proximidad (tienda ubicadas en la calle, supermercado, galería comercial)

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) |
| 1. Casco histórico | 90% | 34% | 3% | 7% |
| 2. Centro | 96% | 13% | 80% | 37% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 83% | 40% | 6% | 15% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 86% | 36% | 3% | 4% |
| 5. San José | 84% | 45% | 0% | 8% |
| 6. Las Fuentes | 80% | 49% | 1% | 5% |
| 7. Almozara | 65% | 59% | 1% | 2% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 63% | 54% | 0% | 2% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 86% | 27% | 15% | 9% |
| 10. Actur | 74% | 53% | 5% | 7% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 61% | 83% | 0% | 2% |
| 12. Romareda | 52% | 61% | 1% | 2% |
| 13. Arrabal | 61% | 71% | 0% | 4% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 40% | 93% | 0% | 1% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no |

Base: 872 casos

Respecto a la compra de equipamiento personal la retención más importante la encontramos en las Áreas del Centro y Casco Histórico, mientras que el Área de Casablanca-Valdespartera tan solo consigue retener a un 40% de los residentes entrevistados.

Comprobamos que casi la totalidad de los residentes en el Área 14 (Casablanca-Valdespartera) compran en otras zonas.

Las zona que más capta y posee una mayor cuota de visita es el Centro, debido a que posee calles comerciales visitadas por un gran número de residentes de Zaragoza.

Flujos compra equipamiento personal otros formatos (mercados municipales, hipermercados, centros comerciales y grandes almacenes)

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) |
| 1. Casco histórico | 9% | 96% | 2% | 2% |
| 2. Centro | 68% | 50% | 36% | 34% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 16% | 92% | 3% | 5% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 5. San José | 9% | 100% | 1% | 1% |
| 6. Las Fuentes | 0% | 96% | 0% | 0% |
| 7. Almozara | 0% | 95% | 1% | 1% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 24% | 76% | 1% | 1% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 82% | 33% | 55% | 48% |
| 10. Actur | 73% | 46% | 31% | 33% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 12. Romareda | 0% | 100% | 1% | 1% |
| 13. Arrabal | 0% | 97% | 0% | 0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0% | 100% | 0% | 0% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no |

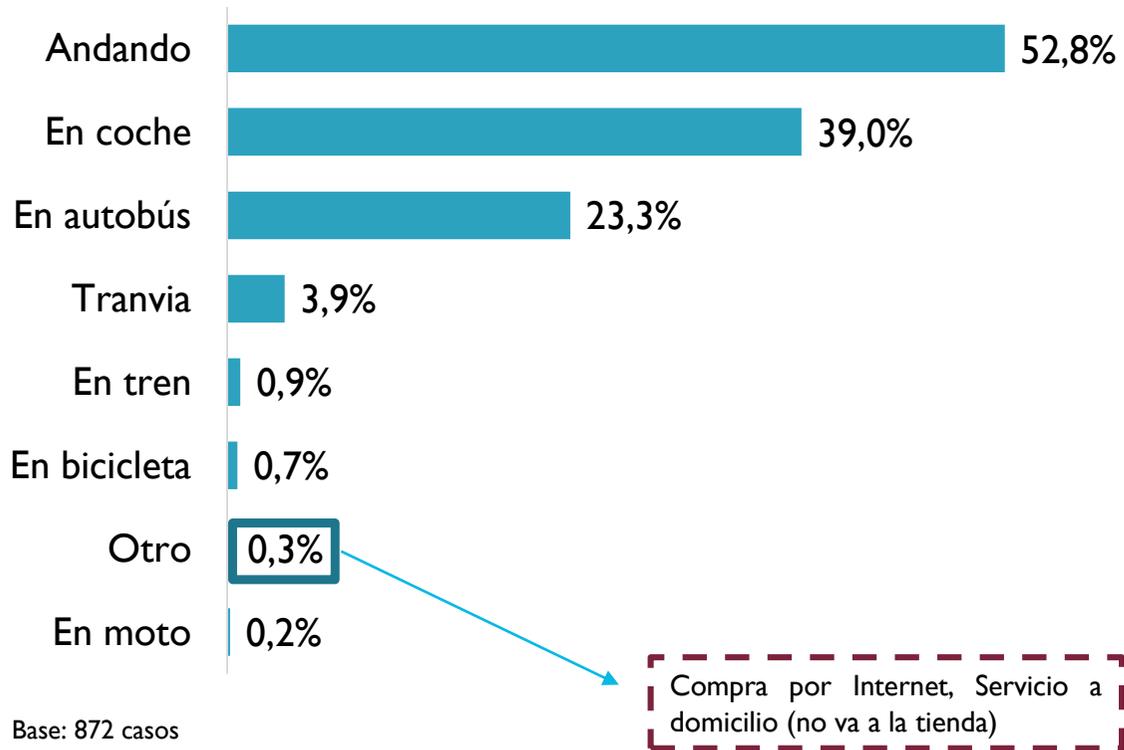
Base: 872 casos

Respecto a la compra de equipamiento personal en otros formatos la retención más importante se produce en las zonas donde hay una mayor captación y cuota de visita: Centro, Torrero-Puerto Venecia y Actur.

El Área que destaca es la de Torrero-Puerto Venecia debido al Centro Comercial de Puerto Venecia que aglutina diferentes formatos comerciales: tiendas en centro comercial, medianas superficies especializadas, El Corte Inglés e Hiperpor.

P2D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de ropa, calzado y complementos?
(Múltiples respuestas)

MEDIO DE TRANSPORTE



5 de cada 10 encuestados afirma acudir a comprar el equipamiento personal andando.

Los medios de transporte más empleados son el coche y el autobús.

MEDIO DE TRANSPORTE

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|--------------|------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|--------------|-----------------------|------------|-------|------------|--------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 872 | 62 | 249 | 402 | 159 | 270 | 602 | 10 | 153 | 278 | 255 | 133 |
| Andando | 52,8% | 35,5% | 41,4% | 57,2% | 66,0% | 50,7% | 53,7% | 60,0% | 52,3% | 48,6% | 54,1% | 55,6% |
| En coche | 39,0% | 58,1% | 57,0% | 33,6% | 17,0% | 46,7% | 35,5% | 20,0% | 30,7% | 43,5% | 41,6% | 39,1% |
| En autobús | 23,3% | 16,1% | 16,5% | 27,4% | 26,4% | 14,4% | 27,2% | 20,0% | 32,0% | 25,9% | 21,2% | 12,0% |
| En tren | 0,9% | 1,6% | 1,2% | 0,5% | 1,3% | 0,7% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,8% | 2,3% |
| En moto | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 0,7% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,7% | 1,6% | 0,4% | 1,0% | 0,0% | 1,1% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,4% | 0,8% |
| Tranvía | 3,9% | 0,0% | 4,4% | 3,5% | 5,7% | 3,3% | 4,2% | 10,0% | 2,6% | 3,6% | 4,7% | 4,5% |
| Otro | 0,3% | 0,0% | 0,8% | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,8% | 0,0% |

Base: 872 casos

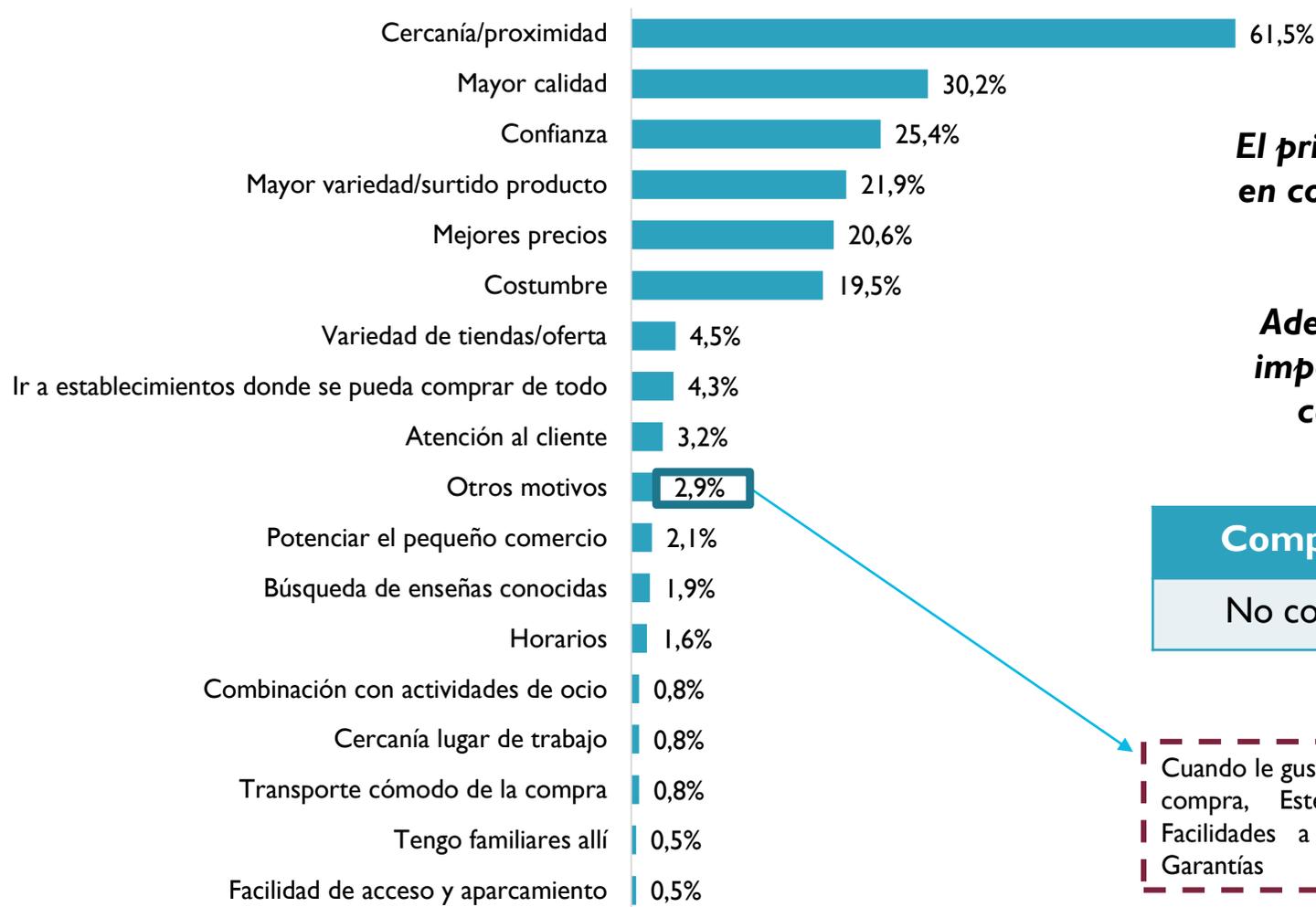
Los tramos más jóvenes son los que más utilizan el coche como medio de transporte, así como los hombres. Los mayores de 65 años son los que más van andando y conjuntamente con las personas de entre 46-65 años son los que más emplean el autobús. Las mujeres también destacan por emplear este medio de transporte.

Teniendo en cuenta el nivel socio-económico las clases media y media-alta son las que más emplean el coche y tan solo un 12% de la clase alta afirma ir en autobús para hacer sus compras.

Hábitos de compra equipamiento personal: Motivos compra en comercio de su zona/barrio

P2E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? (Múltiples respuestas)

MOTIVOS COMPRA EN TU ZONA/BARRIO



El principal motivo de compra en comercio de proximidad es por la cercanía.

Además hay otros aspectos importantes como la mayor calidad y la confianza.

Compran en su barrio: 54,6%

No compran en su barrio: 45,4%

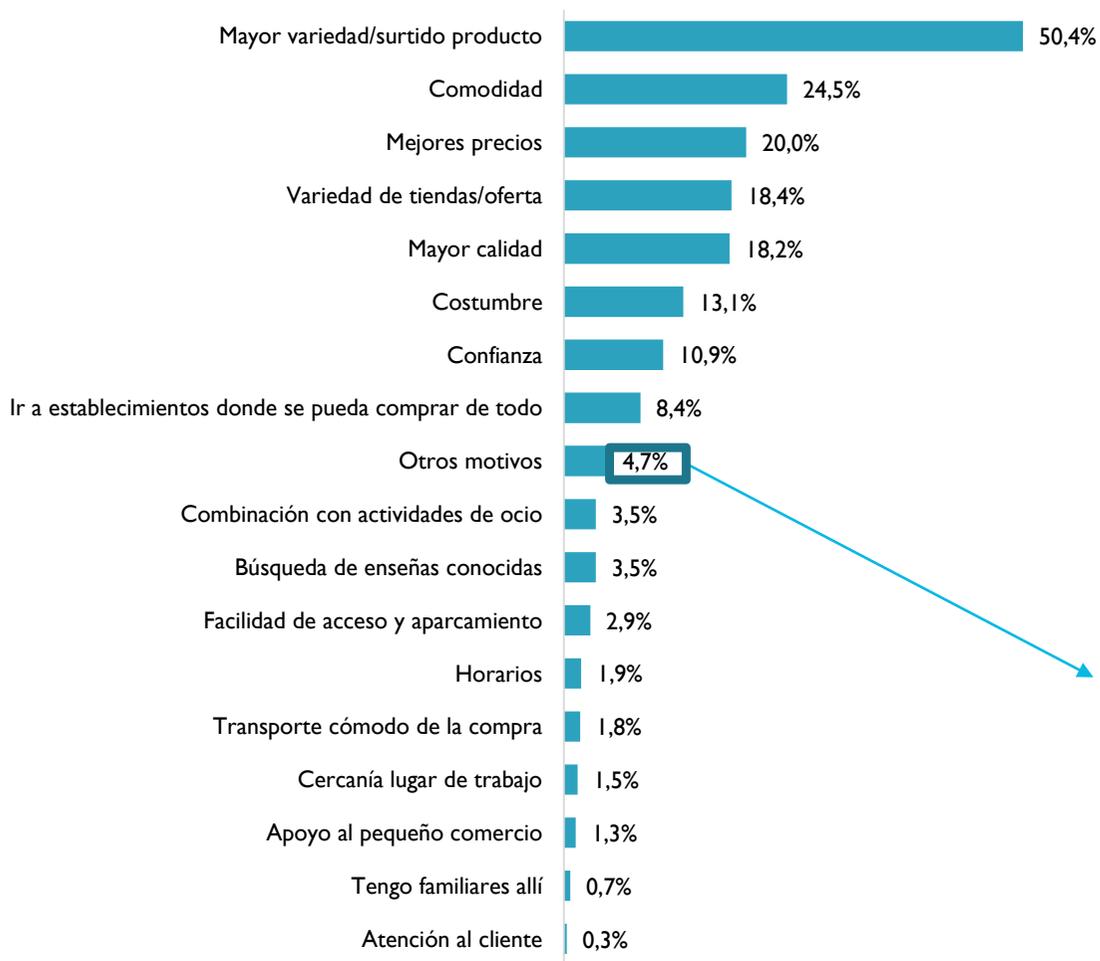
Cuando le gusta algo de su barrio lo compra, Estética de producto, Facilidades a la hora de pagar, Garantías

Base:872 casos

Hábitos de compra equipamiento personal: Motivos compra en comercio fuera de su zona/barrio

P2E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? (Múltiples respuestas)

MOTIVOS COMPRA FUERA DE SU ZONA/BARRIO



Compran fuera de su barrio: 67,9%
No compran fuera de su barrio: 32,1%

El principal motivo de compra en otros formatos fuera de su zona o barrio es por mayor variedad/surtido de producto.

La comodidad y los mejores precios también son motivos que destacan.

Compra en tiendas donde productos fabricados en zonas de no explotación infantil/ entretenerse/ garantías/ me pilla de paso de viaje/ no hay en su zona/ al pasar por allí si le gusta algo en el escaparate/ ocasionalmente compro a la par que hago compra de alimentación/ pago tarjeta/ para cambiar un poco/ por comprar para mi familia/ por pasear/ por que soy un poco caprichosa y me tiene que entrar por el ojo/ porque está de moda/ porque le gusta/ porque no están pendientes de ti y puedes mirar tranquilamente/ si lo que busca esta en otro barrio se desplaza

Base:872 casos

EQUIPAMIENTO DEL HOGAR

Muebles, textil hogar, electrodomésticos, material eléctrico hogar, artículos de cocina, menaje, vajillas, cristalerías, limpieza, utensilios de jardín

Hábitos de compra en equipamiento del hogar: Conclusiones obtenidas

Hábitos de compra en equipamiento del hogar:

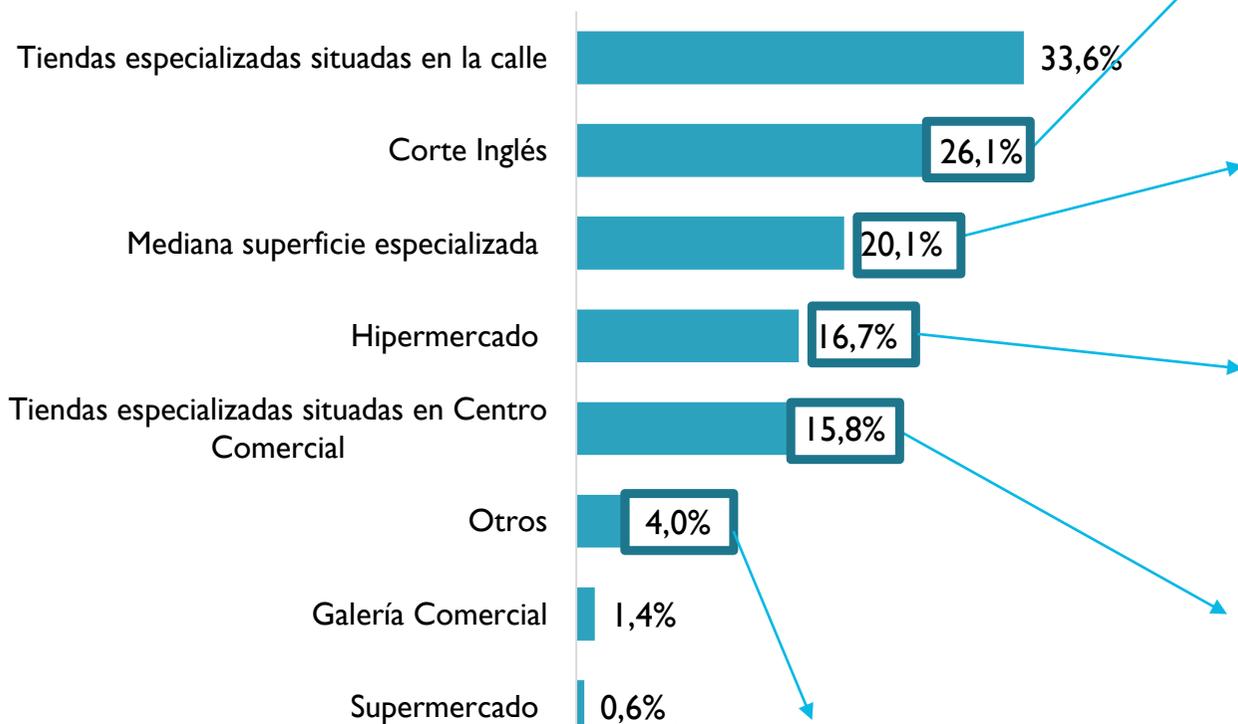
- **Para realizar la compra de equipamiento del hogar** suele realizarse en **tiendas especializadas situadas en la calle (33,6%), El Corte Inglés (26,1%)** y en **Medianas superficies especializadas (20,1%)**.
- **El tramo de entre 46 y 65 años son los que más compran en tiendas especializadas situadas en la calle y este grupo conjuntamente con los mayores de 65 años son los que más acuden al Corte Inglés para realizar sus compras de equipamiento del hogar; en cambio, los jóvenes prefieren ir a tiendas en centros comerciales y con el grupo de entre 30 y 45 años destacan por comprar en medianas superficies.** Por sexos, **las mujeres destacan en la compra en tiendas especializadas situadas a pie de calle y los hombres por comprar en medianas superficies.** Atendiendo al nivel socio-económico **la clase media se caracteriza por comprar en medianas superficies especializadas.**
- Respecto a la compra de equipamiento personal **la retención más importante la encontramos en las Áreas de Actur (Área 10) y el Centro (Área 2).** Comprobamos que la totalidad de los residentes de la Periferia (Área 11) afirman no comprar en su zona equipamiento del hogar. **El área que más capta es Torrero-Puerto Venecia (Área 9), seguida del Centro (Área 2) y Actur (Área 10),** además estas áreas se caracterizan por presentar las mayores cuotas de visita en este mismo orden. **El área que más capta es Torrero-Puerto Venecia (Área 9)** debido a que **se encuentra el área del Centro Comercial Puerto Venecia que aglutina importantes operadores de equipamiento del hogar**, seguida del Centro (Área 2) y Actur (Área 10), además estas áreas se caracterizan por presentar las mayores cuotas de visita en este mismo orden.
- **5 de cada 10 encuestados afirma acudir a comprar el equipamiento del hogar utilizando como medio de transporte el coche. El otro medio más empleado es el autobús. 4 de cada 10 encuestados afirma ir andando a realizar sus compras.** Los tramos más jóvenes (entre 18-45 años) son los que más van andando a comprar equipamiento del hogar, mientras que el 80% de los encuestados de entre 46 y 65 años afirman emplear el coche para comprar equipamiento del hogar. Por sexos, las mujeres destacan por ir caminando, mientras que los hombres afirman coger el coche para realizar sus compras de equipamiento del hogar. Teniendo en cuenta el nivel socio-económico la clase media-baja es la que menos emplea el coche para realizar sus compras de este tipo de bienes y destaca en el empleo del tranvía como medio de transporte.
- **El principal motivo de compra en comercio de proximidad es por la cercanía.** Además hay otros aspectos como la confianza, la costumbre y el considerar que hay mejores precios.
- **El principal motivo de compra en otros formatos fuera de su zona o barrio es por mayor variedad/surtido de producto.** Los mejores precios también es otro motivo a destacar.

Hábitos de compra equipamiento del hogar: Tipos de establecimientos

La compra de equipamiento del hogar suele realizarse en tiendas especializadas situadas en la calle, El Corte Inglés y en Medianas superficies especializadas.

P3A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento del hogar?
(Múltiples respuestas)

TIPO DE ESTABLECIMIENTOS



Base: 348 casos

A un familiar/Anticuario/Fábrica/Catálogo/Feria del mobiliario en Zaragoza/ Internet

| EL CORTE INGLÉS | % |
|---|--------------|
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 62,6% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 25,3% |
| El Corte Inglés: C.C. Grancasa (Actur) | 18,7% |
| El Corte Inglés C.C Puerto Venecia (Torrero-Puerto Venecia) | 17,6% |

| MEDIANAS SUP. ESP | % |
|-------------------------------|-------|
| Media Markt | 62,3% |
| Ikea | 53,6% |
| Leroy Merlin | 27,5% |
| Otro: Conforama, Paimar, Fnac | 10,1% |

| HIPERMERCADOS | % |
|--|-------|
| Carrefour (Actur) | 25,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 16,7% |
| Hipercor (C.C. Grancasa) (Actur) | 25,0% |
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 16,7% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 18,3% |
| Hipercor (C.C Puerto Venecia) | 21,7% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% |

| CENTRO COMERCIAL | % |
|---|--------------|
| C.C. Puerto Venecia (Torrero-Puerto Venecia) | 74,1% |
| C.C. Grancasa (Actur) | 24,1% |
| C.C. Independencia (Centro) | 5,6% |
| C.C. Augusta (Madrid-Tres Delicias) | 11,1% |
| C.C. Plaza Imperial (A2) | 1,9% |
| C.C. Puerta Cinegia (Casco Histórico) | 3,7% |
| C.C. Auditorium (Romadera) | 1,9% |
| C.C. Aragonia (Romadera) | 1,9% |

FORMATO COMERCIAL

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|--------------|-----------------------|------------|-------|--------------|-------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 348 | 20 | 120 | 155 | 53 | 119 | 229 | 2 | 44 | 100 | 116 | 72 |
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 33,6% | 35,0% | 26,7% | 38,7% | 34,0% | 29,4% | 35,8% | 0,0% | 22,7% | 36,0% | 37,1% | 30,6% |
| Supermercado | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 1,9% | 0,8% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% |
| Galería Comercial | 1,4% | 5,0% | 0,0% | 1,9% | 1,9% | 0,8% | 1,7% | 0,0% | 4,5% | 1,0% | 1,7% | 0,0% |
| Hipermercado | 16,7% | 10,0% | 18,3% | 13,5% | 24,5% | 19,3% | 15,3% | 100,0% | 20,5% | 22,0% | 12,9% | 12,5% |
| Corte Inglés | 26,1% | 5,0% | 18,3% | 32,9% | 32,1% | 25,2% | 26,6% | 0,0% | 31,8% | 13,0% | 31,0% | 31,9% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 15,8% | 40,0% | 21,7% | 11,6% | 5,7% | 21,8% | 12,7% | 0,0% | 9,1% | 18,0% | 18,1% | 13,9% |
| Mediana superficie especializada | 20,1% | 25,0% | 29,2% | 15,5% | 11,3% | 26,9% | 16,6% | 0,0% | 15,9% | 22,0% | 19,0% | 23,6% |
| Otros | 4,0% | 0,0% | 5,8% | 3,2% | 3,8% | 3,4% | 4,4% | 50,0% | 11,4% | 3,0% | 2,6% | 2,8% |

Base: 348 casos

El tramo de entre 46 y 65 años son los que más compran en tiendas especializadas situadas en la calle y este grupo conjuntamente con los mayores de 65 años son los que más acuden al Corte Inglés para realizar sus compras de equipamiento del hogar; en cambio, los jóvenes prefieren ir a tiendas en centros comerciales y con el grupo de entre 30 y 45 años destacan por comprar en medianas superficies.

Por sexos, las mujeres destacan en la compra en tiendas especializadas situadas a pie de calle y los hombres por comprar en medianas superficies.

Atendiendo al nivel socio-económico la clase media se caracteriza por comprar en medianas superficies especializadas.

Flujos compra equipamiento del hogar

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | | % de población |
|---|---|--------------------------------------|--|---|----------------|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) | |
| 1. Casco histórico | 38% | 67% | 2% | 4% | 7% |
| 2. Centro | 72% | 47% | 33% | 24% | 8% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 46% | 68% | 7% | 9% | 16% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 44% | 56% | 0% | 1% | 4% |
| 5. San José | 41% | 78% | 4% | 6% | 10% |
| 6. Las Fuentes | 50% | 56% | 1% | 3% | 7% |
| 7. Almozara | 36% | 79% | 0% | 1% | 4% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 46% | 54% | 3% | 4% | 5% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 57% | 57% | 50% | 36% | 5% |
| 10. Actur | 73% | 54% | 20% | 19% | 9% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 10% | 100% | 0% | 1% | 6% |
| 12. Romareda | 23% | 86% | 1% | 2% | 5% |
| 13. Arrabal | 9% | 94% | 0% | 1% | 11% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 7% | 94% | 0% | 1% | 5% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no | |

Base: 348 casos

Respecto a la compra de equipamiento del hogar la retención más importante la encontramos en las Áreas de Actur (Área 10) y el Centro (Área 2).

Comprobamos que la totalidad de los residentes de la Periferia (Área 11) afirman no comprar en su zona equipamiento del hogar.

El área que más capta es Torrero-Puerto Venecia (Área 9), seguida del Centro (Área 2) y Actur (Área 10), además estas áreas se caracterizan por presentar las mayores cuotas de visita en este mismo orden.

Flujos compra equipamiento del hogar comercio proximidad (tienda ubicadas en la calle, supermercado, galería comercial)

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) |
| 1. Casco histórico | 80% | 30% | 0% | 6% |
| 2. Centro | 93% | 13% | 54% | 30% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 79% | 37% | 7% | 15% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 100% | 0% | 2% | 4% |
| 5. San José | 92% | 39% | 5% | 11% |
| 6. Las Fuentes | 90% | 20% | 5% | 9% |
| 7. Almozara | 71% | 29% | 0% | 4% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 50% | 50% | 2% | 2% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 50% | 50% | 12% | 5% |
| 10. Actur | 73% | 27% | 12% | 10% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 25% | 100% | 0% | 1% |
| 12. Romareda | 71% | 29% | 0% | 4% |
| 13. Arrabal | 30% | 70% | 2% | 3% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 40% | 60% | 0% | 2% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no |

Base: 348 casos

Respecto a la compra de equipamiento del hogar la retención más importante en comercio de proximidad, la encontramos en el Área de Gran Vía-Fernando el Católico (Área 4).

Comprobamos que la totalidad de los residentes de la Periferia (Área 11) afirman ir a otras zonas a comprar su equipamiento del hogar.

El área que más capta y que presenta una mayor cuota de visita es el Centro (Área 2), debido a que en esta zona existen importantes calles comerciales con comercios que venden equipamiento del hogar.

Flujos compra equipamiento del hogar otros formatos (mercados municipales, hipermercados, centros comerciales y grandes almacenes)

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) |
| 1. Casco histórico | 7% | 93% | 2% | 2% |
| 2. Centro | 48% | 62% | 29% | 29% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 17% | 91% | 7% | 7% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 5. San José | 12% | 96% | 3% | 4% |
| 6. Las Fuentes | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 7. Almozara | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 44% | 56% | 3% | 4% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 60% | 60% | 57% | 50% |
| 10. Actur | 68% | 63% | 22% | 24% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 6% | 100% | 1% | 1% |
| 12. Romareda | 0% | 100% | 1% | 1% |
| 13. Arrabal | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0% | 100% | 0% | 0% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no |

Base: 348 casos

Respecto a la compra de equipamiento del hogar la retención más importante la encontramos en las Áreas de Actur (Área 10) y el Centro (Área 2).

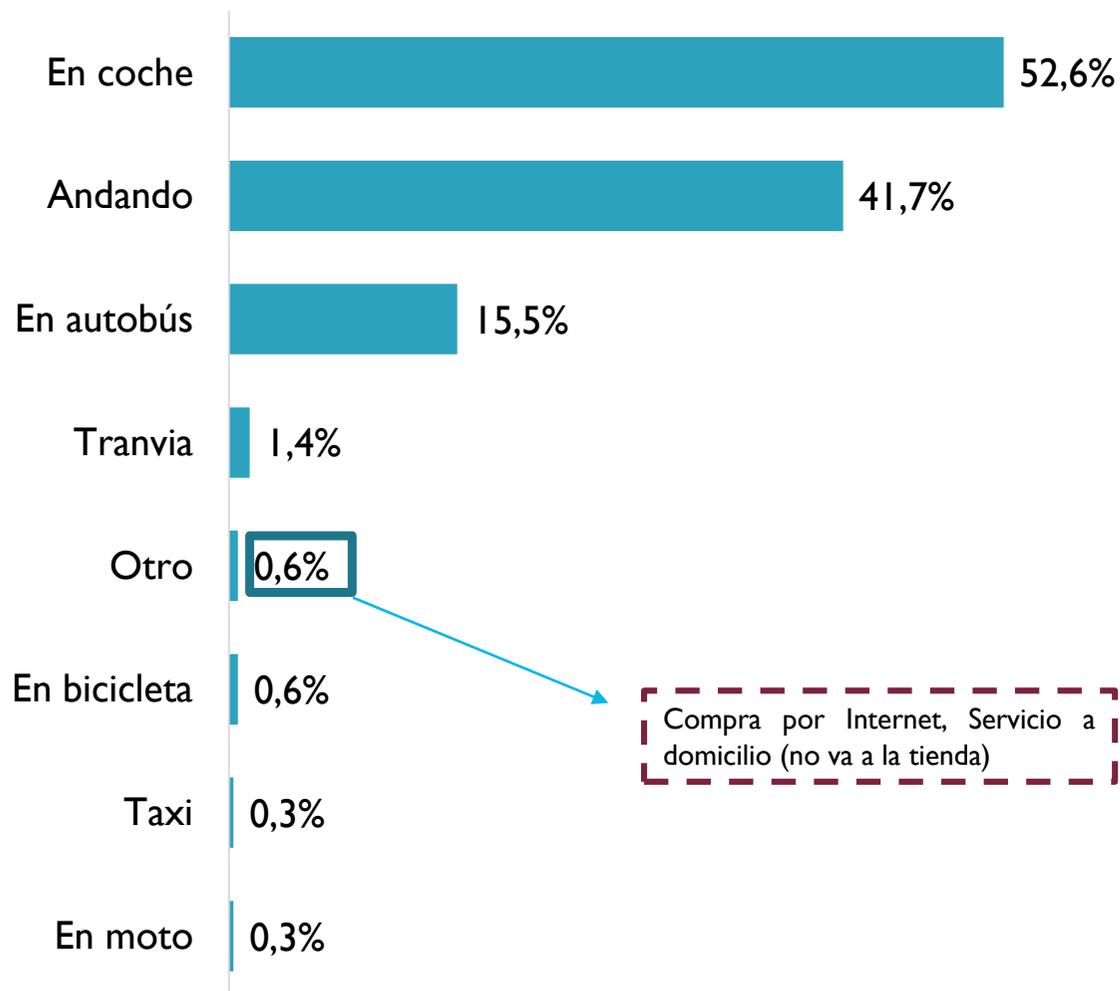
Comprobamos que la totalidad de los residentes de la Periferia (Área 11) afirman no comprar en su zona equipamiento del hogar.

El área que más capta es Torrero-Puerto Venecia (Área 9) debido a que se encuentra el Centro Comercial Puerto Venecia que aglutina importantes operadores de equipamiento del hogar, seguida del Centro (Área 2) y Actur (Área 10), además estas áreas se caracterizan por presentar las mayores cuotas de visita en este mismo orden.

Hábitos de compra equipamiento del hogar: Tipos de establecimientos

P3D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de mobiliario, menaje y electrodomésticos? (Múltiples respuestas)

MEDIO DE TRANSPORTE



5 de cada 10 encuestados afirma acudir a comprar el equipamiento del hogar utilizando como medio de transporte el coche. El otro medio más empleado es el autobús.

4 de cada 10 encuestados afirma ir andando a realizar sus compras.

Base: 348 casos

MEDIO DE TRANSPORTE

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|--------------|------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|--------------|-----------------------|-------------|-------|------------|-------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 348 | 20 | 120 | 155 | 53 | 119 | 229 | 2 | 44 | 100 | 116 | 72 |
| Andando | 41,7% | 37,8% | 43,7% | 30,0% | 31,7% | 44,5% | 60,4% | 50,0% | 36,4% | 35,0% | 47,4% | 40,3% |
| En coche | 52,6% | 58,0% | 49,8% | 80,0% | 63,3% | 49,7% | 26,4% | 100,0% | 36,4% | 54,0% | 56,9% | 56,9% |
| En autobús | 0,3% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% |
| En tren | 0,6% | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 1,4% |
| En moto | 0,3% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% |
| En bicicleta | 1,4% | 2,5% | 0,9% | 0,0% | 0,8% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 2,6% | 1,4% |
| Taxi | 0,6% | 0,8% | 0,4% | 0,0% | 0,8% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 1,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 2,0% | 1,7% | 2,2% | 0,0% | 3,3% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 6,8% | 3,0% | 0,0% | 1,4% |

Base: 348 casos

Los tramos más jóvenes (entre 18-45 años) son los que más van andando a comprar equipamiento del hogar, mientras que el 80% de los encuestados de entre 46 y 65 años afirman emplear el coche para comprar equipamiento del hogar.

Por sexos, las mujeres destacan por ir caminando, mientras que los hombres afirman coger el coche para realizar sus compras de equipamiento del hogar.

Teniendo en cuenta el nivel socio-económico la clase media-baja es la que menos emplea el coche para realizar sus compras de este tipo de bienes y destaca en el empleo del tranvía como medio de transporte.

Hábitos de compra equipamiento del hogar: Motivos compra en comercio de su zona/barrio

P3E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en el comercio de proximidad de su zona o barrio?
(Múltiples respuestas)

MOTIVOS COMPRA EN COMERCIO DE TU ZONA/BARRIO



Base: 348 casos

El principal motivo de compra en comercio de proximidad es por la cercanía.

Además hay otros aspectos como la confianza, la costumbre y el considerar que hay mejores precios.

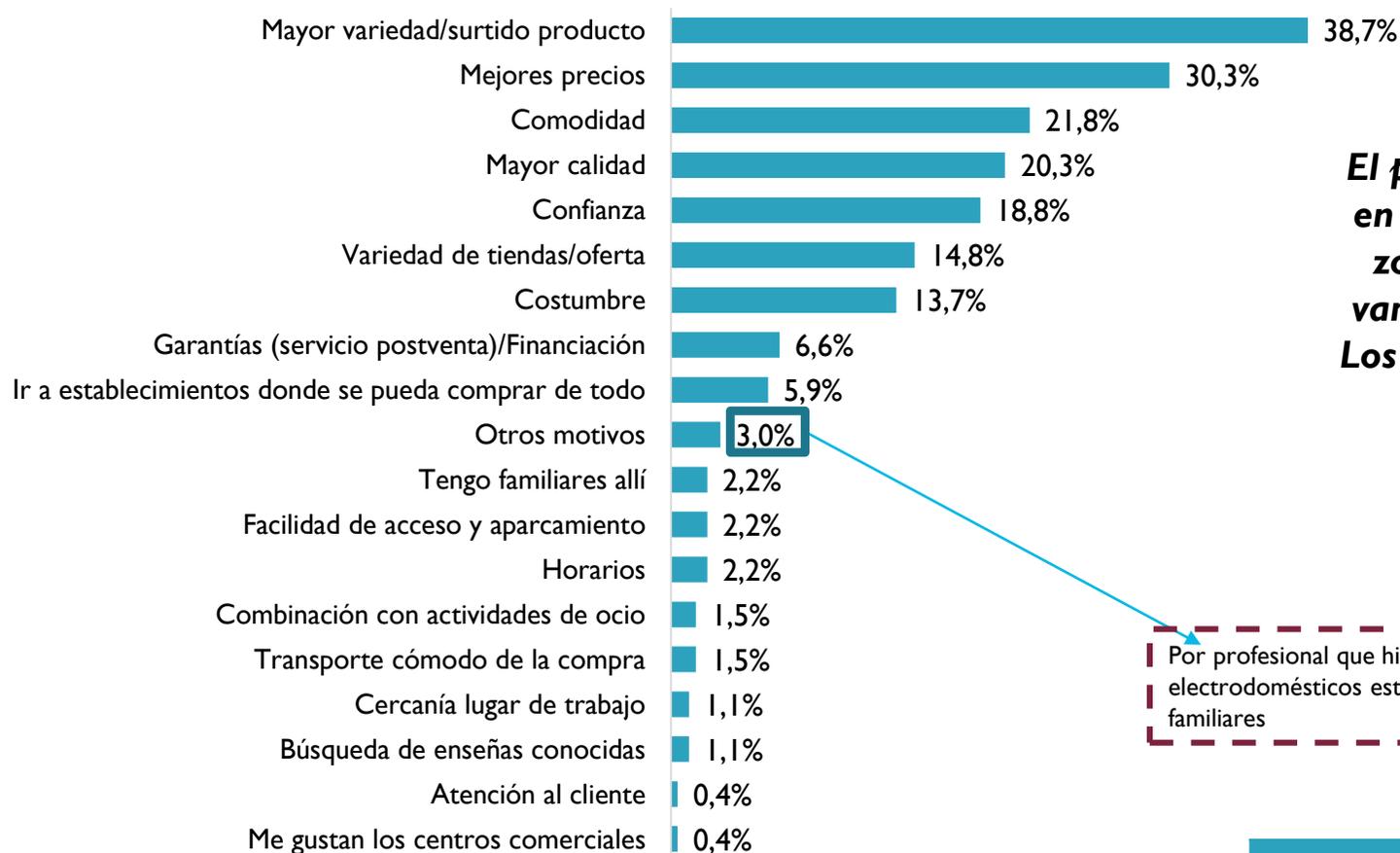
Compran en su barrio: 37,9%

No compran en su barrio: 62,1%

Hábitos de compra equipamiento personal: Motivos compra en comercio fuera de su zona/barrio

P3E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? (Múltiples respuestas)

MOTIVOS COMPRA FUERA DE SU ZONA/BARRIO



El principal motivo de compra en otros formatos fuera de su zona o barrio es por mayor variedad/surtido de producto. Los mejores precios también es otro motivo a destacar.

Por profesional que hizo la cocina/e s un entorno que les gusta/ para electrodomésticos esta mejor/ por recomendación de amigos o familiares

Compran fuera de su barrio: 73%

No compran fuera de su barrio: 27%

Base: 348 casos

BIENES OCASIONALES

Artículos recreativos (radio, tv., vídeos, discos, artículos de deporte, juguetes, instrumentos de música, fotografía, etc.); papelería, libros, periódicos y revistas; relojería, joyería y bisutería; artículos de fumador; artículos de viaje; plantas y flores y animales de compañía; etc..

Hábitos de compra de bienes ocasionales: Conclusiones obtenidas

Hábitos de compra en bienes ocasionales:

- ⊙ **La compra de bienes ocasionales** suele realizarse en **tiendas especializadas situadas en la calle (47,9%)**. Otros formatos también visitados son las **medianas superficies especializadas (28,5%)** y **El Corte Inglés (24,4%)**.
- ⊙ **El tramo de entre 46 y 65 años** son los que más compran el **Corte Inglés** bienes ocasionales. **El grupo de entre 30 y 45 años destacan por comprar tiendas especializadas situadas en Centro Comercial**. Por sexos, **las mujeres destacan por comprar en El Corte Inglés** y los **hombres por comprar en medianas superficies**. Atendiendo al nivel socio-económico la **clase alta** se caracteriza por comprar en **tiendas especializadas situadas a pie de calle** y los de **clase media-alta** por comprar en **medianas superficies especializadas**.
- ⊙ **Respecto a la compra de bienes ocasionales la retención más importante la encontramos en las Áreas de Centro (Área 2) y Oliver-Valdefierro (Área 8)**. Comprobamos que la mayor evasión se produce en el Área de la Romareda (Área 12). **El área que más capta es el Centro (Área 2)**, seguida por el Casco histórico (Área 1), Torrero-Puerto Venecia (Área 9) y Actur (Área 10). **El área que presenta una mayor cuota de visita es el Centro**.
- ⊙ **5 de cada 10 encuestados afirma acudir a comprar los bienes ocasionales andando**. **Los medios de transporte más utilizados son el coche y el autobús**. El tramo de entre 30-45 años es el que destaca por emplear el coche para la compra de bienes ocasionales, al igual que los hombres. Teniendo en cuenta el nivel socio-económico la clase media-baja es la que destaca en ir andando a realizar sus compras, así como el empleo del autobús. La clase media-alta es la que más emplea el coche como medio de transporte.
- ⊙ **El principal motivo de compra en comercio de proximidad es por la cercanía**. Además hay otros aspectos como la mayor variedad/surtido, la confianza y la costumbre.
- ⊙ **El principal motivo de compra en otros formatos fuera de su zona o barrio es por mayor variedad/surtido de producto**. La comodidad y los mejores precios también son otros motivos a destacar.

Hábitos de compra de bienes ocasionales: Tipos de establecimientos

La compra de bienes ocasionales suele realizarse en tiendas especializadas situadas en la calle.

P3A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento del hogar? (Múltiples respuestas)

TIPO DE ESTABLECIMIENTOS

Tiendas especializadas situadas en la calle



Mediana superficie especializada



Corte Inglés



Otros



Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial



Hipermercado



Galería Comercial



| MEDIANAS SUP. ESP | % |
|-------------------|--------------|
| FNAC | 72,9% |
| Media Markt | 35,0% |
| Leroy Merlin | 5,0% |
| Ikea | 3,6% |
| Apple | 0,7% |

| EL CORTE INGLÉS | % |
|---|--------------|
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 59,2% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 42,5% |
| El Corte Inglés: C.C. Grancasa (Actur) | 14,2% |
| El Corte Inglés C.C Puerto Venecia (Torrero-Puerto Venecia) | 12,5% |

Compras por Internet/ Circulo de lectores/ Feria del libro/ Servicio a domicilio/ Trenes taquillas estación viajes

| CENTRO COMERCIAL | % |
|---|--------------|
| C.C. Grancasa (Actur) | 53,8% |
| C.C. Puerto Venecia (Torrero-Puerto Venecia) | 32,7% |
| C.C. Augusta (Madrid-Tres Delicias) | 11,5% |
| C.C. Independencia (Centro) | 5,8% |
| C.C. Puerta Cinegia (Casco Histórico) | 3,8% |
| C.C. Plaza Imperial (A2) | 3,8% |

| HIPERMERCADOS | % |
|---|--------------|
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 31,3% |
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 28,1% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 28,1% |
| Hipercon (C.C Puerto Venecia) | 18,8% |
| Carrefour (Actur) | 15,6% |
| Hipercon (C.C. Grancasa) (Actur) | 12,5% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 3,1% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 31,3% |

Base: 491 casos

FORMATO COMERCIAL

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|--------------|-----------------------|------------|-------|--------------|--------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 491 | 45 | 175 | 213 | 58 | 180 | 311 | 1 | 63 | 143 | 186 | 86 |
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 47,9% | 53,3% | 44,0% | 48,4% | 53,4% | 50,6% | 46,3% | 100,0% | 46,0% | 46,9% | 44,1% | 57,0% |
| Galería Comercial | 0,4% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| Hipermercado | 6,5% | 6,7% | 9,1% | 5,2% | 3,4% | 7,8% | 5,8% | 0,0% | 11,1% | 9,1% | 5,4% | 2,3% |
| Corte Inglés | 24,4% | 13,3% | 17,7% | 31,5% | 27,6% | 20,6% | 26,7% | 0,0% | 25,4% | 22,4% | 22,6% | 31,4% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 10,8% | 4,4% | 15,4% | 9,9% | 5,2% | 8,9% | 11,9% | 0,0% | 4,8% | 10,5% | 13,4% | 11,6% |
| Mediana superficie especializada | 28,5% | 31,1% | 29,7% | 30,0% | 17,2% | 30,6% | 27,3% | 0,0% | 25,4% | 23,1% | 34,9% | 24,4% |
| Otros | 11,0% | 13,3% | 9,7% | 9,4% | 19,0% | 10,6% | 11,3% | 0,0% | 6,3% | 14,0% | 11,3% | 10,5% |

Base: 491 casos

El tramo de entre 46 y 65 años son los que más compran el Corte Inglés bienes ocasionales. El grupo de entre 30 y 45 años destacan por comprar tiendas especializadas situadas en Centro Comercial.

Por sexos, las mujeres destacan por comprar en El Corte Inglés y los hombres por comprar en medianas superficies. Atendiendo al nivel socio-económico la clase alta se caracteriza por comprar en tiendas especializadas situadas a pie de calle y los de clase media-alta por comprar en medianas superficies especializadas.

Flujos compra bienes ocasionales

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | | % de población |
|---|---|--------------------------------------|--|---|----------------|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) | |
| 1. Casco histórico | 61% | 76% | 28% | 23% | 7% |
| 2. Centro | 92% | 36% | 51% | 41% | 8% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 39% | 82% | 5% | 8% | 16% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 59% | 59% | 2% | 3% | 4% |
| 5. San José | 45% | 73% | 2% | 5% | 10% |
| 6. Las Fuentes | 20% | 80% | 0% | 1% | 7% |
| 7. Almozara | 43% | 79% | 0% | 1% | 4% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 88% | 38% | 2% | 4% | 5% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 33% | 86% | 22% | 16% | 5% |
| 10. Actur | 70% | 50% | 18% | 18% | 9% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 37% | 82% | 0% | 2% | 6% |
| 12. Romareda | 28% | 92% | 0% | 2% | 5% |
| 13. Arrabal | 27% | 81% | 1% | 3% | 11% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 19% | 84% | 0% | 1% | 5% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no | |

Base: 491 casos

Respecto a la compra de bienes ocasionales la retención más importante la encontramos en las Áreas de Centro (Área 2) y Oliver-Valdefierro (Área 8).

Comprobamos que la mayor evasión se produce en el Área de la Romareda (Área 12).

El área que más capta es el Centro (Área 2), seguida por el Casco histórico (Área 1), Torrero-Puerto Venecia (Área 9) y Actur (Área 10).

El área que presenta una mayor cuota de visita es el Centro.

Flujos compra bienes ocasionales comercio proximidad (tienda ubicadas en la calle, supermercado, galería comercial)

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) |
| 1. Casco histórico | 78% | 22% | 5% | 7% |
| 2. Centro | 100% | 8% | 83% | 43% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 69% | 41% | 6% | 10% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 91% | 9% | 5% | 6% |
| 5. San José | 70% | 48% | 0% | 6% |
| 6. Las Fuentes | 43% | 57% | 0% | 2% |
| 7. Almozara | 100% | 33% | 0% | 2% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 91% | 36% | 1% | 4% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 30% | 90% | 7% | 4% |
| 10. Actur | 68% | 47% | 3% | 6% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 69% | 39% | 0% | 3% |
| 12. Romareda | 58% | 75% | 1% | 3% |
| 13. Arrabal | 45% | 65% | 2% | 6% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 38% | 81% | 0% | 2% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no |

Base: 491 casos

Respecto a la compra de bienes ocasionales la retención más importante en comercio de proximidad, la encontramos en el Centro (Área 2) y Almozara (Área 7).

Comprobamos que la mayoría de los residentes de Torrero – Puerto Venecia (Área 9) afirman comprar en otras zonas los bienes ocasionales.

El área que más capta y que presenta una mayor cuota de visita es el Centro (Área 2).

Flujos compra bienes ocasionales otros formatos (mercados municipales, hipermercados, centros comerciales y grandes almacenes)

| | Movimiento de los residentes respecto a su propia Área <i>Base: residen en cada Área</i> | | Flujo de habitantes de Zaragoza respecto a cada Área <i>Base: Total Zaragoza (cada categoría)</i> | |
|---|---|--------------------------------------|--|---|
| | RETENCIÓN | EVASIÓN | CAPTACIÓN | CUOTA DE VISITA (CAPTACIÓN +RETENCIÓN) |
| 1. Casco histórico | 38% | 88% | 35% | 32% |
| 2. Centro | 79% | 68% | 34% | 33% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 14% | 96% | 4% | 5% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 5. San José | 8% | 92% | 3% | 3% |
| 6. Las Fuentes | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 7. Almozara | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 80% | 40% | 2% | 3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 42% | 75% | 27% | 24% |
| 10. Actur | 69% | 46% | 23% | 25% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 5% | 100% | 0% | 0% |
| 12. Romareda | 0% | 100% | 0% | 0% |
| 13. Arrabal | 0% | 97% | 0% | 0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0% | 91% | 0% | 0% |
| | Residen y compran en esta Área | Residen en esta Área y compran fuera | Residen en otra Área y compra en esta | Individuos que compran en esta Área, residen o no |

Base: 491 casos

Respecto a la compra de bienes ocasionales la retención más importante la encontramos en las Áreas del Centro (Área 2) y Oliver-Valdefierro (Área 8).

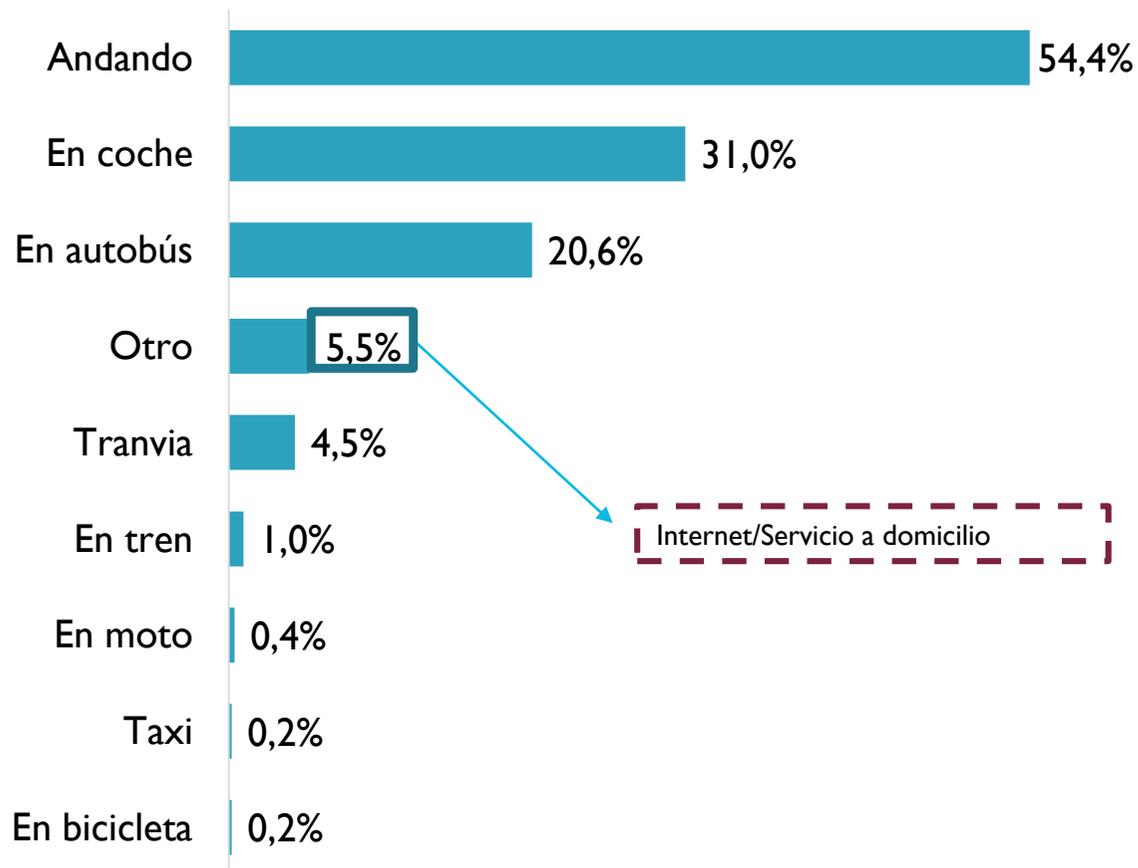
Comprobamos que en un gran número de áreas sus residentes van a otras zonas a comprar bienes ocasionales. Las áreas que más captan son el Casco Histórico (Área 1) y el Centro (Área 2), siendo estas dos zonas las que mayores cuotas de visita presentan.

En este caso el Centro Histórico destaca debido a que en esta área se encuentra una media superficie especializada muy visitada como es la Fnac.

Hábitos de compra equipamiento del hogar: Tipos de establecimientos

P4D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de productos de tecnología, ocio y cultura? (Múltiples respuestas)

MEDIO DE TRANSPORTE



5 de cada 10 encuestados afirma acudir a comprar los bienes ocasionales andando.

Los medios de transporte más utilizados son el coche y el autobús.

Base: 491 casos

MEDIO DE TRANSPORTE

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|--------------|--------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|-------|-----------------------|--------------|-------|--------------|-------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 491 | 45 | 175 | 213 | 58 | 180 | 311 | 1 | 63 | 143 | 186 | 86 |
| Andando | 54,4% | 46,7% | 46,3% | 61,0% | 60,3% | 52,2% | 55,6% | 0,0% | 68,3% | 47,6% | 53,2% | 55,8% |
| En coche | 31,0% | 22,2% | 40,0% | 28,6% | 19,0% | 36,7% | 27,7% | 0,0% | 14,3% | 35,0% | 37,1% | 26,7% |
| En autobús | 20,6% | 24,4% | 17,1% | 22,1% | 22,4% | 18,3% | 21,9% | 0,0% | 30,2% | 20,3% | 20,4% | 14,0% |
| En tren | 1,0% | 2,2% | 1,1% | 0,0% | 3,4% | 1,7% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 1,6% | 1,2% |
| En moto | 0,4% | 2,2% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,3% | 0,0% | 1,6% | 0,7% | 0,0% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,2% |
| Taxi | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,0% |
| Otro | 5,5% | 4,4% | 5,7% | 3,8% | 12,1% | 6,1% | 5,1% | 0,0% | 3,2% | 7,0% | 4,8% | 7,0% |
| Tranvía | 4,5% | 6,7% | 2,3% | 5,6% | 5,2% | 3,3% | 5,1% | 0,0% | 1,6% | 1,4% | 5,9% | 8,1% |

Base: 491 casos

El tramo de entre 30-45 años es el que destaca por emplear el coche para la compra de bienes ocasionales, al igual que los hombres.

Teniendo en cuenta el nivel socio-económico la clase media-baja es la que destaca en ir andando a realizar sus compras, así como el empleo del autobús. La clase media-alta es la que más emplea el coche como medio de transporte.

Hábitos de compra bienes ocasionales: Motivos compra en comercio de su zona/barrio

P3E_1. P4E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de productos de tecnología, ocio y cultura en el comercio de proximidad de su zona o barrio? (Múltiples respuestas)

MOTIVOS COMPRA EN COMERCIO DE TU ZONA/BARRIO



El principal motivo de compra en comercio de proximidad es por la cercanía.

Además hay otros aspectos como la mayor variedad/surtido, la confianza y la costumbre.

Compran en su barrio: 46%

No compran en su barrio: 54%

Base: 491 casos

Estudio de la Demanda Comercial de la ciudad de Zaragoza (PLEC 2015-2018)

Hábitos de compra bienes ocasionales: Motivos compra en comercio fuera de su zona/barrio

P4E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de productos de tecnología, ocio y cultura en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? (Múltiples respuestas)

MOTIVOS COMPRA FUERA DE SU ZONA/BARRIO



El principal motivo de compra en otros formatos fuera de su zona o barrio es por mayor variedad/surtido de producto.

La comodidad y los mejores precios también son otros motivos a destacar.

Le gusta/No hay librerías en su barrio/Por su exposición de escaparate/Porque sale a pasear al centro y si ve lo que le gusta allí lo compra/Servicio

Compran fuera de su barrio: 72%

No compran fuera de su barrio: 28%

Base: 491 casos

1.3 EL CONSUMIDOR E INTERNET

Conclusiones obtenidas

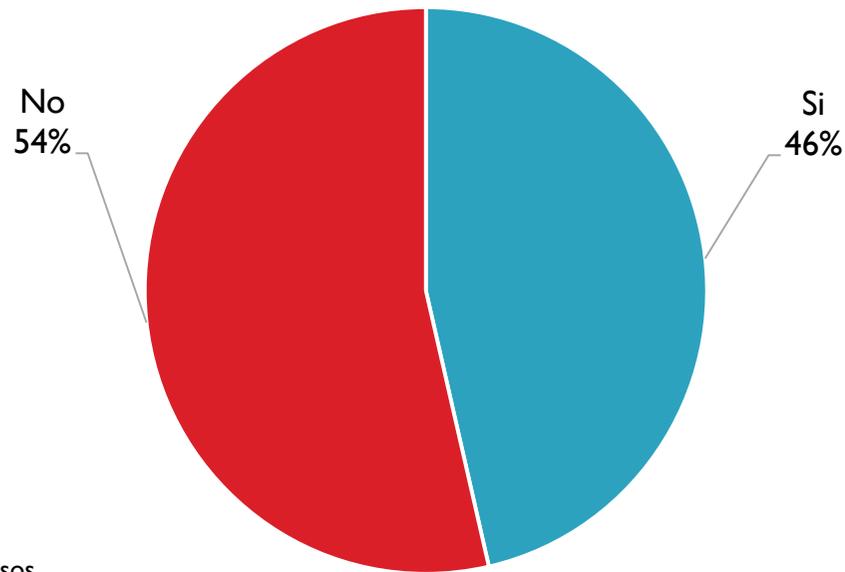
El consumidor e Internet:

- ⊙ **Internet se define como medio de búsqueda de información de productos para prácticamente la mitad de los residentes** encuestados de Zaragoza. El empleo de Internet se encuentra más extendido entre los más jóvenes (18-29 años). A mayor nivel socio-económico su uso es mayor.
- ⊙ **El PC es la herramienta por excelencia para conectarse a Internet, el segundo medio más empleado es el Smartphone.** Los jóvenes (entre 18-29 años) son los que más emplean el Smartphone para conectarse, mientras que las personas de entre 30 y 45 años destacan por emplear tablets. Las mujeres se definen como las usuarias que emplean los medios más innovadores (Smartphones y tablets). Respecto al nivel socio-económico la clase media-baja es la que más se decanta por el Smartphone mientras que la clase Media-alta por el portátil y la Alta por el uso de tablets.
- ⊙ **El ocio y la cultura son los temas sobre los que se suele buscar más información en Internet. Ropa, calzado y tecnología son los otros productos más buscados.** Los más jóvenes destacan por buscar información de ocio y cultura, así como ropa y calzado. El tramo entre 30 y 45 años son los que más buscan productos de tecnología. Por sexos, son las mujeres quien buscan más información de ropa, calzado y alimentación, mientras que los hombres se decantan más por la tecnología. La clase media-baja es la que más busca sobre ropa y calzado y las clases más altas sobre ocio, cultura y tecnología.
- ⊙ **Prácticamente 8 de cada 10 residentes encuestados de Zaragoza que usan Internet buscan información de los comercios donde van a comprar.** Más de la mitad de los residentes de entre 18 y 45 años afirma emplear Internet para buscar información de los lugares donde va a comprar. Por sexos, 6 de cada 10 hombres dicen emplear Internet para buscar información. Atendiendo al nivel socio-económico destaca la clase alta.
- ⊙ **Tan sólo 4 de 10 encuestados que busca por Internet acaba comprando empleando este medio. Los productos más comprados son los de ocio y cultura y el gasto mensual de estos productos a través de Internet es prácticamente del 30%.** Los tramos de edad que más compran a través de Internet son los residentes de 30 a 65 años.

Internet como medio de búsqueda

P5A. ¿Utiliza Internet como medio de búsqueda de información de productos?

INTERNET COMO MEDIO DE BÚSQUEDA



Base: 1.008 casos

Internet se define como medio de búsqueda de información de productos para prácticamente la mitad de los residentes encuestados de Zaragoza.

El empleo de Internet se encuentra más extendido entre los más jóvenes (18-29 años).

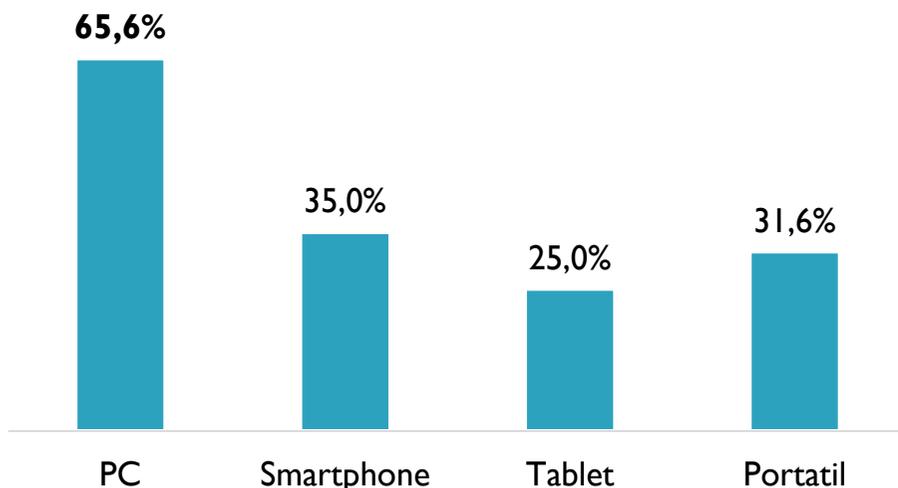
Y a mayor nivel socio-económico su uso es mayor.

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|-------|-------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|-------|-----------------------|------------|-------|------------|--------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 1008 | 64 | 259 | 436 | 249 | 298 | 710 | 21 | 201 | 316 | 272 | 143 |
| Si | 46,4% | 78,1% | 69,5% | 46,1% | 14,9% | 62,1% | 39,9% | 0,0% | 24,4% | 44,0% | 61,8% | 67,1% |
| No | 53,6% | 21,9% | 30,5% | 53,9% | 85,1% | 37,9% | 60,1% | 100,0% | 75,6% | 56,0% | 38,2% | 32,9% |

Herramientas empleadas para conectarse a Internet

P5B. ¿Qué medio suele utilizar para conectarse a Internet y buscar información de productos? (Múltiple respuesta)

MEDIOS EMPLEADOS



Base: 468 casos

El PC es la herramienta por excelencia para conectarse a Internet, el segundo medio más empleado es el Smartphone.

Los jóvenes (entre 18-29 años) son los que más emplean el Smartphone para conectarse, mientras que las personas de entre 30 y 45 años destacan por emplear tablets. Las mujeres se definen como las usuarias que emplean los medios más innovadores (Smartphones y tablets).

Respecto al nivel socio-económico la clase media-baja es la que más se decanta por el Smartphone mientras que la clase Media-alta por el portátil y la Alta por el uso de tablets.

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|------------|------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|--------------|-----------------------|--------------|-------|--------------|--------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 468 | 50 | 180 | 201 | 37 | 185 | 283 | 0 | 49 | 139 | 168 | 96 |
| PC | 65,6% | 66,0% | 61,1% | 68,2% | 73,0% | 72,4% | 61,1% | 0,0% | 59,2% | 66,9% | 67,3% | 67,7% |
| Smartphone | 35,0% | 52,0% | 47,2% | 23,9% | 13,5% | 33,5% | 36,0% | 0,0% | 40,8% | 36,7% | 31,0% | 37,5% |
| Tablet | 25,0% | 22,0% | 30,0% | 20,9% | 27,0% | 21,6% | 27,2% | 0,0% | 18,4% | 20,9% | 26,8% | 34,4% |
| Portátil | 31,6% | 38,0% | 34,4% | 28,4% | 27,0% | 33,5% | 30,4% | 0,0% | 24,5% | 30,9% | 33,9% | 29,2% |

Productos sobre los que el consumidor busca información

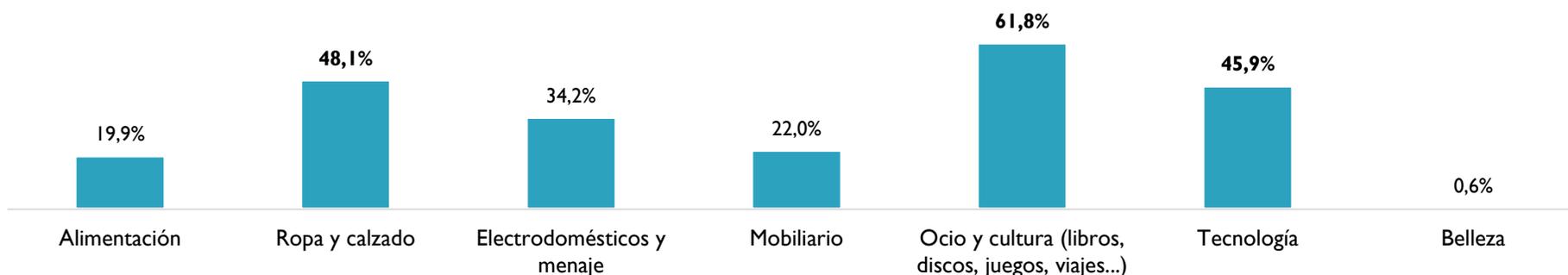
**El ocio y la cultura son los temas sobre los que se suele buscar más información en Internet.
Ropa, calzado y tecnología son los otros productos más buscados.**

Los más jóvenes destacan por buscar información de ocio y cultura, así como ropa y calzado. El tramo entre 30 y 45 años son los que más buscan productos de tecnología.

Por sexos, son las mujeres quienes buscan más información de ropa, calzado y alimentación, mientras que los hombres buscan más tecnología. La clase media-baja es la que busca más sobre ropa y calzado y las clases más altas sobre ocio, cultura y tecnología.

P7. ¿Sobre qué tipos de productos busca información en Internet? (Múltiple respuesta)

PRODUCTOS SOBRE LOS QUE BUSCA INFORMACIÓN



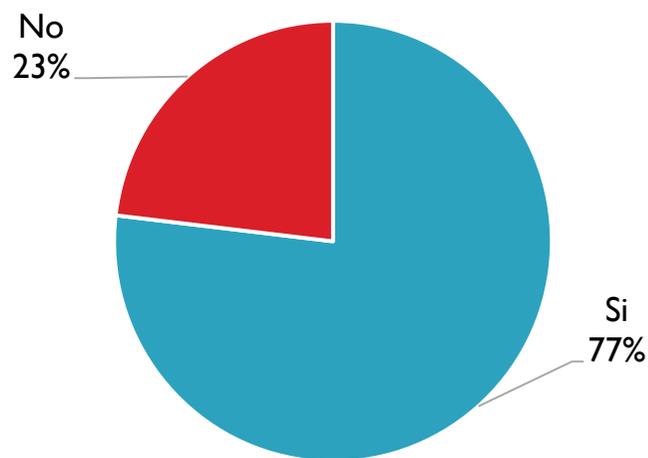
Base: 468 casos

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|----------------------------|------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|--------------|-----------------------|--------------|-------|--------------|--------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 468 | 50 | 180 | 201 | 37 | 185 | 283 | 0 | 49 | 139 | 168 | 96 |
| Alimentación | 19,9% | 12,0% | 20,6% | 21,9% | 16,2% | 14,6% | 23,3% | 0,0% | 26,5% | 12,9% | 21,4% | 22,9% |
| Ropa y calzado | 48,1% | 62,0% | 50,0% | 46,8% | 27,0% | 40,5% | 53,0% | 0,0% | 63,3% | 46,8% | 39,9% | 57,3% |
| Electrodomésticos y menaje | 34,2% | 20,0% | 37,2% | 38,3% | 16,2% | 38,4% | 31,4% | 0,0% | 40,8% | 30,9% | 33,9% | 35,4% |
| Mobiliario | 22,0% | 12,0% | 24,4% | 23,9% | 13,5% | 22,2% | 21,9% | 0,0% | 24,5% | 20,1% | 19,6% | 27,1% |
| Ocio y cultura | 61,8% | 54,0% | 63,9% | 59,7% | 73,0% | 60,0% | 62,9% | 0,0% | 49,0% | 61,2% | 61,9% | 66,7% |
| Tecnología | 45,9% | 56,0% | 48,9% | 45,3% | 21,6% | 55,1% | 39,9% | 0,0% | 40,8% | 43,2% | 50,0% | 44,8% |
| Belleza | 0,6% | 0,0% | 1,1% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,6% | 1,0% |

Internet como medio para búsqueda de información de comercios

P6. ¿Suele emplear Internet para buscar información de los comercios donde va a comprar? (horarios, teléfono, ubicación, etc..)

INTERNET PARA BÚSQUDA INFORMACIÓN COMERCIOS



Base: 468 casos

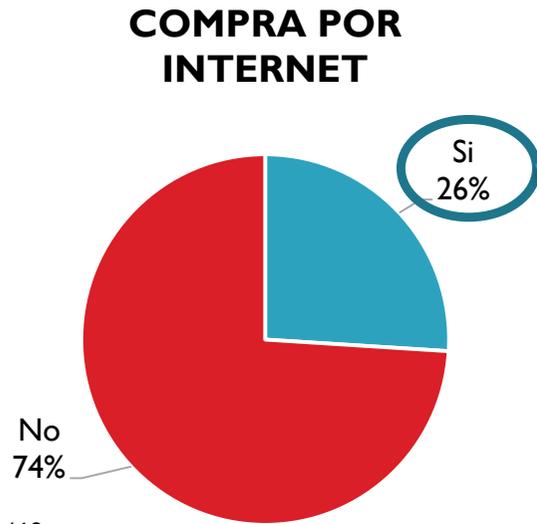
Prácticamente 8 de cada 10 residentes encuestados de Zaragoza que usan Internet buscan información de los comercios donde van a comprar.

Más de la mitad de los residentes de entre 18 y 45 años afirma emplear Internet para buscar información de los lugares donde va a comprar. Por sexos, 6 de cada 10 hombres dicen emplear Internet para buscar información. Atendiendo al nivel socio-económico destaca la clase alta.

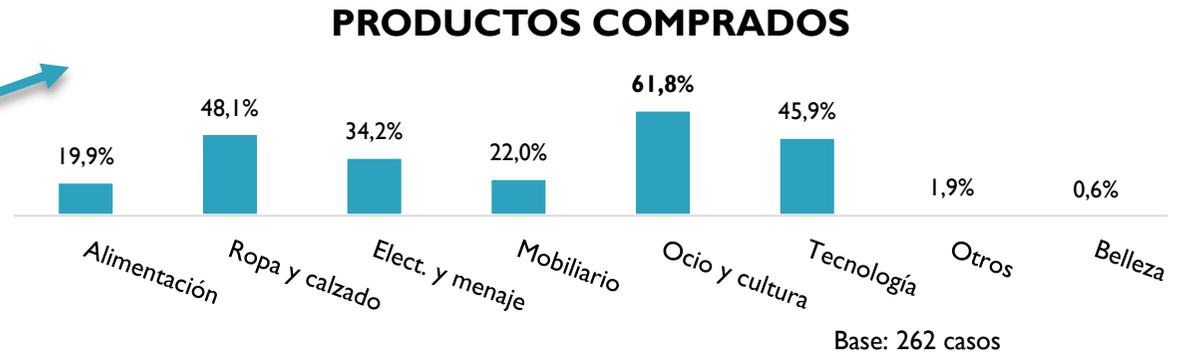
| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|-------|-------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------------|-------|-----------------------|------------|-------|------------|--------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 1008 | 64 | 259 | 436 | 249 | 298 | 710 | 21 | 201 | 316 | 272 | 143 |
| Si | 46,4% | 78,1% | 69,5% | 46,1% | 14,9% | 62,1% | 39,9% | 0,0% | 24,4% | 44,0% | 61,8% | 67,1% |
| No | 53,6% | 21,9% | 30,5% | 53,9% | 85,1% | 37,9% | 60,1% | 100,0% | 75,6% | 56,0% | 38,2% | 32,9% |

Productos comprados por Internet

P8A. ¿Compra por Internet desde su casa o trabajo?



P8B. Por favor, indique los productos comprados: (Múltiples respuestas)



P9. De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet? (Múltiples respuestas)

| | Alimentación | Ropa y calzado | Hogar: elect, menaje y mobiliario | Ocio y cultura | Tecnología | Belleza | Otros (Diet. y medicamentos) |
|--------------|--------------|----------------|-----------------------------------|----------------|------------|---------|------------------------------|
| Media | 35,1% | 16,1% | 15,9% | 27,3% | 30,0% | 32,6% | 17,0% |

Tan sólo 4 de 10 encuestados que busca por Internet acaba comprando empleando este medio.

Los productos más comprados son los de ocio y cultura y el gasto mensual de estos productos a través de Internet es prácticamente del 30%.
Los tramos de edad que más compran a través de Internet son los residentes de 30 a 65 años.

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|----------------------------|------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|------------|------------|-----------------------|------------|-----------|------------|-----------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 262 | 36 | 110 | 102 | 14 | 119 | 143 | 0 | 18 | 74 | 99 | 65 |
| Alimentación | 11,30% | 5,60% | 15,30% | 9,60% | 7,10% | 10,80% | 11,70% | 0,00% | 11,10% | 13,30% | 14,00% | 6,20% |
| Ropa y calzado | 36,20% | 52,80% | 39,60% | 29,80% | 14,30% | 24,20% | 46,20% | 0,00% | 50,00% | 34,70% | 30,00% | 46,20% |
| Electrodomésticos y menaje | 10,20% | 2,80% | 14,40% | 6,70% | 21,40% | 10,80% | 9,70% | 0,00% | 11,10% | 16,00% | 7,00% | 9,20% |
| Mobiliario | 3,00% | 0,00% | 4,50% | 2,90% | 0,00% | 1,70% | 4,10% | 0,00% | 5,60% | 5,30% | 2,00% | 1,50% |
| Ocio y cultura | 49,10% | 36,10% | 50,50% | 50,00% | 64,30% | 56,70% | 42,80% | 0,00% | 22,20% | 48,00% | 53,00% | 49,20% |
| Tecnología | 27,50% | 44,40% | 33,30% | 17,30% | 14,30% | 35,00% | 21,40% | 0,00% | 44,40% | 28,00% | 27,00% | 20,00% |
| Otros | 1,90% | 0,00% | 1,80% | 1,90% | 7,10% | 0,80% | 2,80% | 0,00% | 0,00% | 1,30% | 4,00% | 0,00% |
| Belleza | 2,60% | 0,00% | 3,60% | 2,90% | 0,00% | 2,50% | 2,80% | 0,00% | 5,60% | 2,70% | 2,00% | 3,10% |

I.4 TIPOLOGÍA DEL CONSUMIDOR

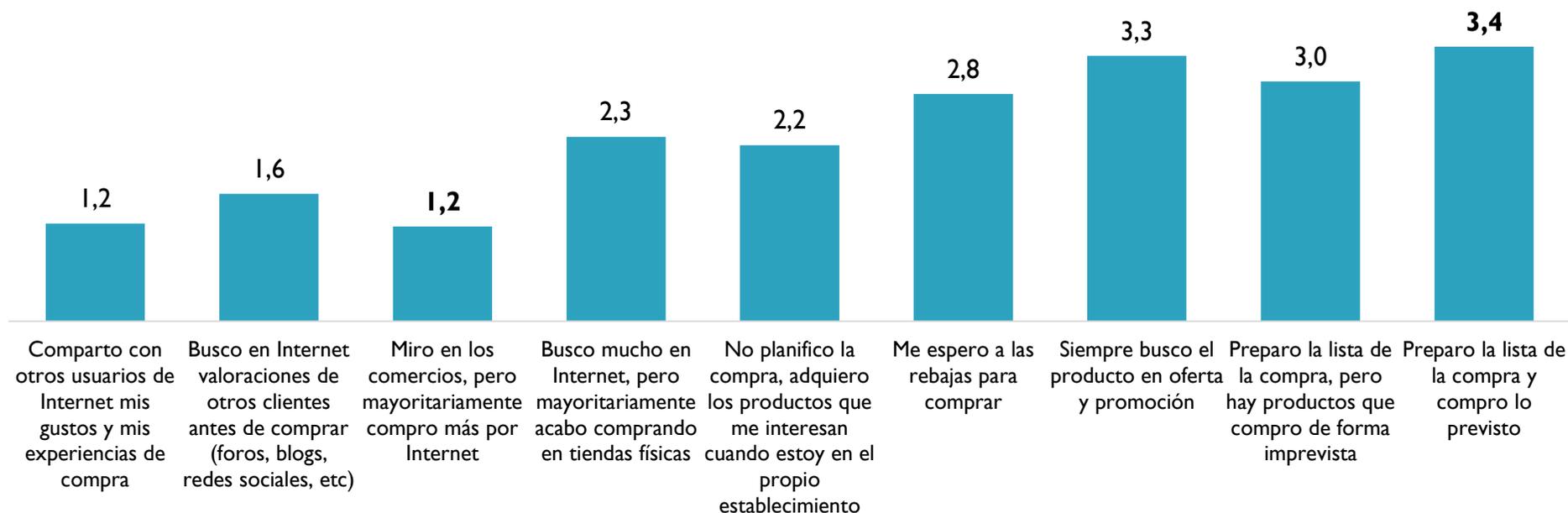
Tipología de consumidor:

- ⊙ En general, comprobamos que **los residentes de Zaragoza entrevistados no utilizan Internet como medio prioritario para compartir opiniones y buscar valoraciones de otros clientes, sigue prevaleciendo el canal offline. Prevalece el perfil planificador y que siempre busca el producto en oferta o promoción**, aunque también puede realizar su compra de forma imprevista. Comprobamos que los encuestados de entre 30-65 años son los que más preparan la lista de la compra y compran lo previsto, mientras que los más jóvenes son los que destacan por comprar los productos en rebajas y buscar promociones. Teniendo en cuenta el perfil sociodemográfico, los residentes de nivel bajo son los que más destacan en la búsqueda del producto en oferta y promoción.
- ⊙ Comprobamos que para los residentes de Zaragoza entrevistados, **una buena relación calidad/precio es de suma importancia, así como el disponer de buenos precios**. Los otros aspectos más importantes tienen que ver con las relaciones humanas (confianza con el comerciante y atención personalizada) y en tener una buena experiencia de compra. Los encuestados de entre 46-65 años son los que menos valoran el hecho de que el establecimiento ofrezca servicios online, dicha afirmación se corresponde con su menor uso de Internet.

PI0. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 indiferente, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Medias obtenidas (Escala empleada: 1-5)



Base: 1008 casos

En general, comprobamos que los residentes de Zaragoza entrevistados no utilizan Internet como medio prioritario para compartir opiniones y buscar valoraciones de otros clientes, sigue prevaleciendo el canal offline.

Prevalece el perfil planificador y que siempre busca el producto en oferta o promoción, aunque también puede realizar su compra de forma imprevista.

Comportamiento de compra

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|---|--------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|------------|------------|-----------------------|------------|------------|------------|------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 1.008 | 64 | 259 | 436 | 249 | 298 | 710 | 21 | 201 | 316 | 272 | 143 |
| Preparo la lista de la compra y compro lo previsto | 3,4 | 3,4 | 3,6 | 3,6 | 3,0 | 3,4 | 3,5 | 3,1 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | 3,8 |
| Preparo la lista de la compra, pero hay productos que compro de forma imprevista | 3,0 | 3,0 | 3,2 | 3,0 | 2,9 | 2,9 | 3,0 | 3,0 | 2,8 | 3,0 | 3,1 | 3,3 |
| Siempre busco el producto en oferta y promoción | 3,3 | 3,5 | 3,4 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,4 | 3,8 | 3,6 | 3,4 | 3,1 | 3,4 |
| Me espero a las rebajas para comprar | 2,8 | 3,4 | 3,1 | 2,8 | 2,4 | 2,7 | 2,9 | 2,6 | 2,7 | 2,8 | 3,0 | 3,0 |
| No planifico la compra, adquiero los productos que me interesan cuando estoy en el propio establecimiento | 2,2 | 2,4 | 2,0 | 2,2 | 2,4 | 2,3 | 2,2 | 2,6 | 2,3 | 2,2 | 2,2 | 2,0 |
| Busco mucho en Internet, pero mayoritariamente acabo comprando en tiendas físicas | 2,3 | 3,7 | 3,1 | 2,2 | 1,3 | 2,8 | 2,1 | 1,0 | 1,7 | 2,2 | 2,8 | 3,1 |
| Miro en los comercios, pero mayoritariamente compro más por Internet | 1,2 | 1,5 | 1,3 | 1,1 | 1,1 | 1,3 | 1,1 | 1,0 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,2 |
| Busco en Internet valoraciones de otros clientes antes de comprar (foros, blogs, redes, sociales, etc.) | 1,6 | 2,7 | 2,0 | 1,4 | 1,1 | 1,9 | 1,5 | 1,0 | 1,3 | 1,5 | 1,8 | 1,9 |
| Comparto con otros usuarios de Internet mis gustos y mis experiencias de compra | 1,2 | 1,6 | 1,4 | 1,2 | 1,1 | 1,4 | 1,1 | 1,0 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,3 |

Unidad: media de escala 1-5

Base: 1008 casos

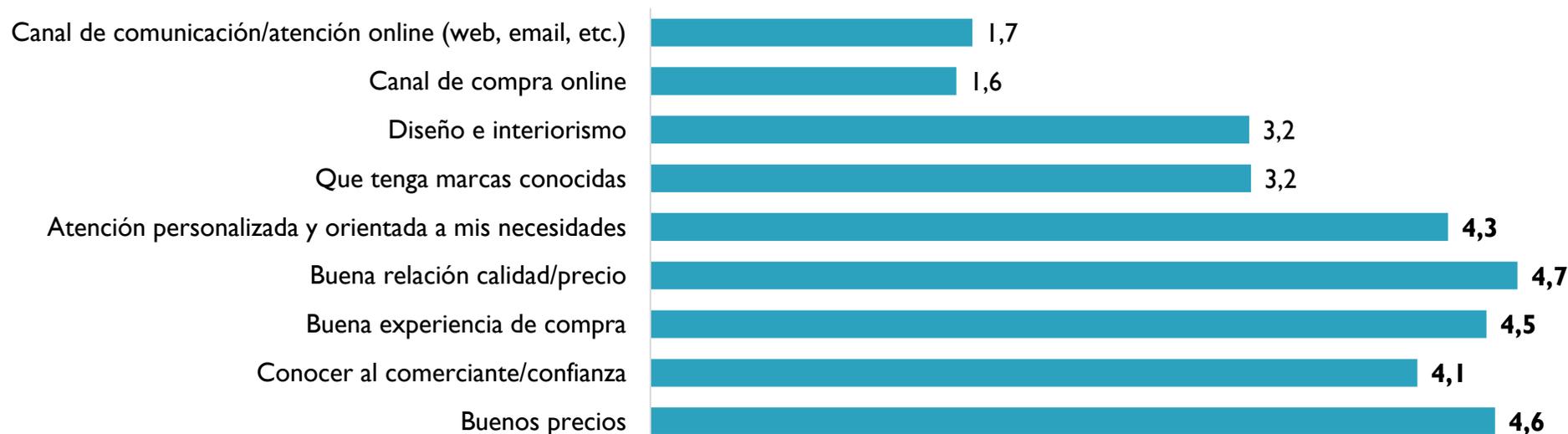
Los encuestados de entre 30-65 años son los que más preparan la lista de la compra y compran lo previsto, mientras que los más jóvenes son los que destacan por comprar los productos en rebajas y buscar promociones.

Teniendo en cuenta el perfil sociodemográfico los residentes de nivel bajo son los que más destacan en la búsqueda del producto en oferta y promoción.

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo 2 en desacuerdo, 3 indiferente, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

COMERCIO IDEAL

Medias obtenidas (Escala empleada: 1-5)



Base: 1008 casos

Podemos ver que para los residentes de Zaragoza entrevistados, una buena relación calidad/precio es de suma importancia, así como el disponer de buenos precios. Los otros aspectos más importantes tienen que ver con las relaciones humanas (confianza con el comerciante y atención personalizada) y en tener una buena experiencia de compra.

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|---|--------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------|-------|-----------------------|------------|-------|------------|------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 1.008 | 64 | 259 | 436 | 249 | 298 | 710 | 21 | 201 | 316 | 272 | 143 |
| Buenos precios | 4,6 | 4,6 | 4,5 | 4,6 | 4,6 | 4,5 | 4,6 | 4,4 | 4,6 | 4,5 | 4,5 | 4,7 |
| Conocer al comerciante/confianza | 4,1 | 3,9 | 4,0 | 4,1 | 4,3 | 4,1 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,1 |
| Buena experiencia de compra | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,4 | 4,5 | 4,4 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,6 |
| Buena relación calidad/precio | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,6 | 4,6 | 4,7 | 4,6 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| Atención personalizada y orientada a mis necesidades | 4,3 | 3,9 | 4,3 | 4,3 | 4,4 | 4,2 | 4,3 | 4,1 | 4,3 | 4,4 | 4,2 | 4,4 |
| Que tenga marcas conocidas | 3,2 | 3,1 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,4 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,5 |
| Diseño e interiorismo | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,3 | 3,4 | 3,1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| Canal de compra online | 1,6 | 2,5 | 2,0 | 1,6 | 1,2 | 2,0 | 1,5 | 1,0 | 1,4 | 1,6 | 1,8 | 2,0 |
| Canal de comunicación/atención online (web, email, etc..) | 1,7 | 2,7 | 2,1 | 1,6 | 1,3 | 2,1 | 1,6 | 1,0 | 1,5 | 1,6 | 1,9 | 2,2 |

Unidad: media de escala 1-5

Base: 1008 casos

Los encuestados de entre 46-65 años son los que menos valoran el hecho de que el establecimiento ofrezca servicios online, dicha afirmación se corresponde con su menor uso de Internet.

Tipología de consumidor:

- ⊙ Para determinar diferentes perfiles diferenciados, se ha realizado un dendograma con el objetivo de determinar el número de grupos subyacentes y en base al análisis gráfico, la metodología utilizada y la población objeto de estudio consideramos que existen **un total de tres grupos de residentes** diferenciados:
- ⊙ **Grupo I- “Los planificadores”**: Este grupo se caracteriza fundamentalmente por planificar las compras y comprar lo previsto (4,32) aunque también reconoce que pese a planificar realizan compras imprevistas (3,44). Este segmento muestra una predisposición favorable a la búsqueda de productos en oferta y promoción (3,67). Este grupo adopta una posición neutral (3,08) respecto a la compra de productos en periodo de rebajas. No utiliza Internet ni para buscar información, ni comprar ni compartir información con otros usuarios. **Representan el 42,2%.**
- ⊙ **Grupo II- “Los buscadores”**: Este segmento destaca por buscar información de los productos en Internet para luego comprar en tiendas físicas. Le gusta planificar sus compras y compra principalmente lo previsto, sin embargo indica que también realiza en ocasiones compras imprevistas. Muestra cierta preferencia hacia la búsqueda de productos en oferta y promoción. Adopta una posición neutral respecto a la compra de productos en periodo de rebajas. En el segmento que más busca opiniones de otros consumidores en internet antes de comprar. **Representan el 30,7%.**
- ⊙ **Grupo III- “Los espontáneos”**: Este segmento se caracteriza por no planificar (puntuaciones inferiores al 2 en los ítems de planificación). Decide lo que compra cuando llega al establecimiento (3,35). No es un segmento que en términos generales busque productos en oferta y promoción ni tampoco suelen comprar en periodos de rebajas. No utilizan Internet ni para buscar información de productos o tiendas, ni para comprar ni para compartir experiencias con otros usuarios. Si bien muestran una ligera mayor predisposición al uso de Internet para buscar información en la red que el grupo uno. **Representan el 27,1%.**

Cluster residentes

| | Grupo cluster | | |
|---|--|---|---|
| | Los planificadores | Los buscadores | Los espontáneos |
| Edad media | 59,80 | 50,17 | 61,95 |
| Ocupación | Retirado/Trabajando, actualmente | Trabajando | Retirado |
| Formación | Segundo Grado | Tercer grado | Primer/ Segundo grado |
| Aspecto más relevante del comportamiento de compra | Planifica | Busca por Internet y compra en tienda física | No planifica |
| Aspectos que más valoran de un comercio ideal | Calidad/Precio | Calidad/Precio | Calidad/Precio |
| Aspectos que más valoran de los comercios de su zona de residencia | Trato comerciante, Adecuación horarios, Calidad de los productos | Trato comerciante, Adecuación horarios, Calidad de los productos | Trato comerciante, Adecuación horarios, Calidad de los productos |
| Principales motivos por los que compran en su zona | Cercanía, mejores precios, más calidad, variedad de surtido y confianza | Cercanía, mejores precios, más calidad, variedad de surtido y confianza | Cercanía, mejores precios, más calidad, variedad de surtido y confianza |
| Principales motivos por los que no compran en su zona | Comodidad, mejores precios, más calidad, variedad de surtido y confianza | Comodidad, mejores precios, más calidad y variedad de surtido | Comodidad, mejores precios, más calidad, y variedad de surtido |
| % Compra por Internet | 6,9% | 56,8% | 11,6% |

| | | Grupo cluster | | |
|-----------------------|---|---|---|---|
| | | Los planificadores | Los buscadores | Los espontáneos |
| Bienes diarios | Formato comercial donde más compran | Supermercados, Tienda especializadas barrio | Supermercados Tienda especializadas barrio, Hipermercado | Supermercados Tienda especializadas barrio |
| | Compran en su barrio / Fuera del barrio | Zona de residencia | Zona de residencia | Zona de residencia |
| | Principal barrio donde compran (además del propio) | Centro, Av. Madrid Delicias | Centro, Av. Madrid Delicias | Centro, Actur |
| Equipamiento personal | Principales centros a los que acuden a comprar | Mercado Municipal Lanuza, Alcampo Los Enlaces, Carrefour (Actur) | Alcampo Los Enlaces, Carrefour (Actur), Hipercor (Actur) | Mercado Municipal Lanuza, Carrefour (Actur), Hipercor (Actur) |
| | Formato comercial donde más compran | Tienda especializadas barrio, Corte Inglés, Tiendas especializadas C.C. | Tiendas especializadas C.C., Tienda especializadas barrio, Corte Inglés | Tienda especializadas barrio, Corte Inglés, Tiendas especializadas C.C |
| | Compran en su barrio / Fuera del barrio | Zona de residencia, Otros barrios | Zona de residencia, Otros barrios | Zona de residencia, Otros barrios |
| | Principal barrio donde compran (además del propio) | Centro | Centro, Torrero-Puerto Venecia | Centro, Actur, Torrero-Puerto Venecia |
| | Principales centros a los que acuden a comprar | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Grancasa (Actur), C.C. Puerto Venecia | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Grancasa (Actur), C.C. Puerto Venecia | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Grancasa (Actur), C.C. Puerto Venecia |
| | Formato comercial donde más compran | Supermercados, Tienda especializadas barrio | Supermercados Tienda especializadas barrio, Hipermercado | Supermercados Tienda especializadas barrio |

| | | Grupo cluster | | |
|------------------------|---|--|---|--|
| | | Los planificadores | Los buscadores | Los espontáneos |
| Equipamiento del hogar | Formato comercial donde más compran | Tienda especializadas barrio, Corte Inglés | Tienda especializadas barrio, Medianas superficies, Corte Inglés | Tienda especializadas barrio, Corte Inglés |
| | Compran en su barrio / Fuera del barrio | Zona de residencia | Zona de residencia | Zona de residencia |
| | Principal barrio donde compran (además del propio) | Centro, Actur | Centro | Centro, Actur |
| | Principales centros a los que acuden a comprar | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Puerto Venecia | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Puerto Venecia, Ikea, Media Mark | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Puerto Venecia, Ikea |
| Bienes ocasionales | Formato comercial donde más compran | Tienda especializadas barrio, Corte Inglés, Medianas superficies | Tienda especializadas barrio, Medianas superficies, Corte Inglés | Tienda especializadas barrio, Corte Inglés |
| | Compran en su barrio / Fuera del barrio | Zona de residencia, Otros barrios | Zona de residencia, Otros barrios | Zona de residencia, Otros barrios |
| | Principal barrio donde compran (además del propio) | Centro | Centro | Centro |
| | Principales centros a los que acuden a comprar | Fnac, El Corte Inglés Sagasta, El Corte Inglés Independencia, Media Mark | Fnac, El Corte Inglés Sagasta, El Corte Inglés Independencia, C.C. Grancasa Actur, Media Mark | Fnac, El Corte Inglés Sagasta, El Corte Inglés Independencia, Media Mark |

I.5 COMERCIO Y CIUDAD

Comercio y ciudad:

- ⊙ En general, los **residentes de Zaragoza encuestados valoran de forma positiva el equipamiento comercial de su zona. Lo más valorado positivamente es el trato de los comerciantes, la adecuación de los horarios y la calidad de los productos.** Los mayores de 65 años son los que valoran más positivamente al comercio de proximidad.
- ⊙ En general, los **residentes de Zaragoza encuestados solicitan en mayor medida mejorar el equipamiento urbano y la limpieza, así como la realización de actividades de promoción conjunta (cupones, descuentos...etc.).** El tramo más joven es el que solicita en mayor medida la realización de actividades de promoción conjunta (cupones, descuentos, etc..).

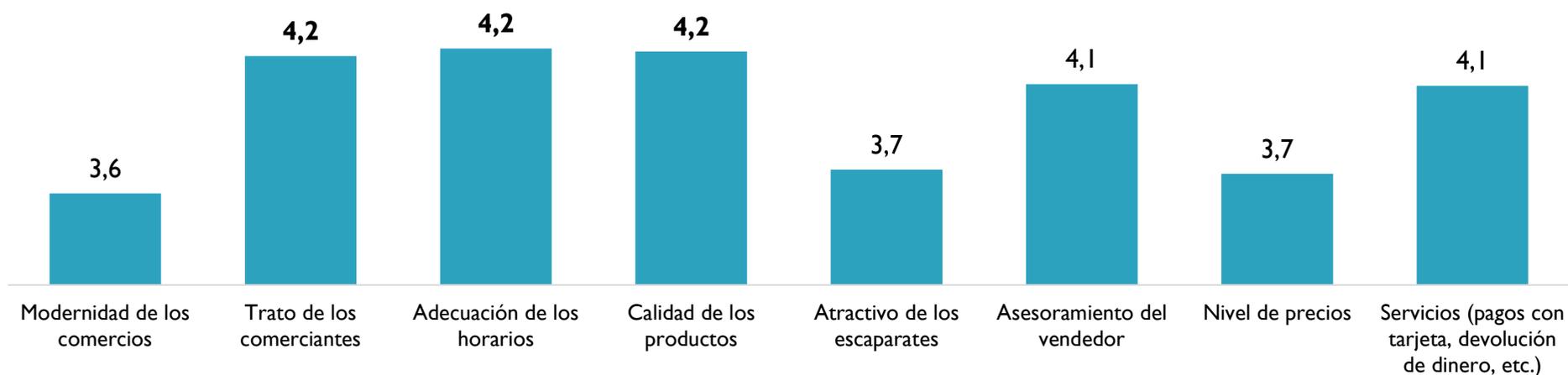
Valoración equipamiento comercial de su zona de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal 2 mal, 3 regular, 4 bien y 5 muy bien:

Valoración
General:
4

VALORACIÓN EQUIPAMIENTO COMERCIAL ZONA DE RESIDENCIA

Medias obtenidas (Escala empleada: 1-5)



Base: 1008 casos

En general, los residentes de Zaragoza encuestados valoran de forma positiva el equipamiento comercial de su zona. Lo más valorado positivamente es el trato de los comerciantes, la adecuación de los horarios y la calidad de los productos.

Valoración equipamiento comercial de su zona de residencia

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|--|--------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|------------|------------|-----------------------|------------|------------|------------|------------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 1.008 | 64 | 259 | 436 | 249 | 298 | 710 | 21 | 201 | 316 | 272 | 143 |
| Modernidad de los comercios | 3,6 | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 3,9 | 3,5 | 3,6 | 3,9 | 3,6 | 3,5 | 3,6 | 3,7 |
| Trato de los comerciantes | 4,2 | 4,0 | 4,2 | 4,1 | 4,3 | 4,1 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| Adecuación de los horarios | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,2 | 4,3 | 4,1 | 4,3 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,1 | 4,2 |
| Calidad de los productos | 4,2 | 4,2 | 4,1 | 4,2 | 4,3 | 4,1 | 4,2 | 4,3 | 4,3 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| Atractivo de los escaparates | 3,7 | 3,5 | 3,6 | 3,7 | 3,9 | 3,6 | 3,8 | 3,9 | 3,7 | 3,6 | 3,7 | 3,7 |
| Asesoramiento del vendedor | 4,1 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,2 | 4,0 | 4,1 | 3,9 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| Nivel de precios | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 3,8 | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 3,7 | 3,6 |
| Servicios (pagos con tarjeta, devolución de dinero, etc..) | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,1 | 4,2 |
| PROMEDIO | 4,0 | 3,9 | 3,9 | 3,9 | 4,1 | 3,9 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 3,9 | 3,9 | 4,0 |

Unidad: media de escala 1-5

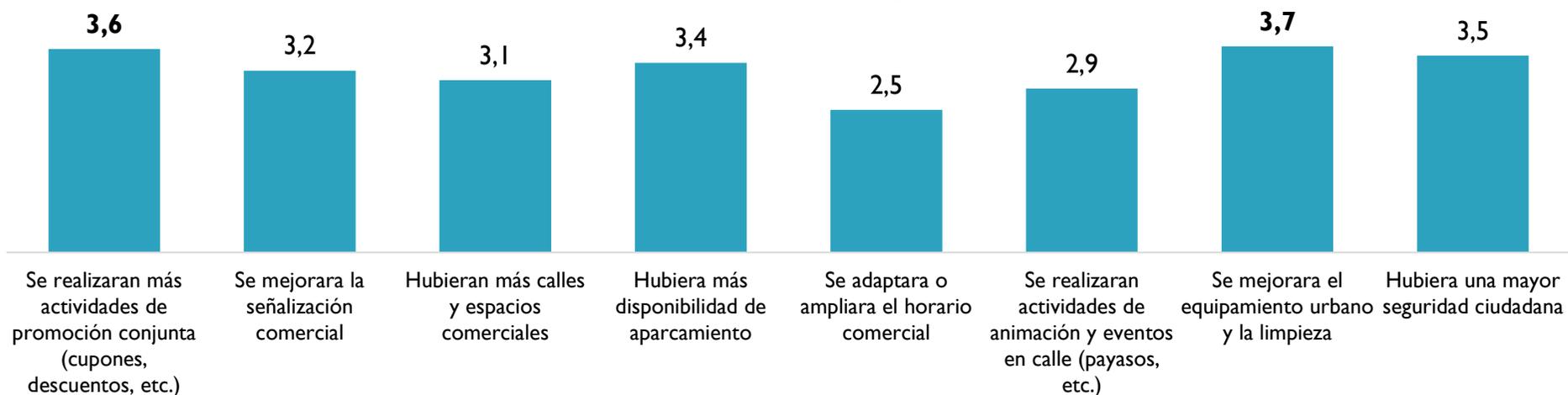
Los mayores de 65 años son los que valoran más positivamente al comercio de proximidad.

Acciones a realizar en su zona de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciono a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 indiferente, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

ACCIONES EN SU ZONA DE RESIDENCIA

Medias obtenidas (Escala empleada: 1-5)



Base: 1008 casos

En general, los residentes de Zaragoza encuestados solicitan en mayor medida mejorar el equipamiento urbano y la limpieza, así como la realización de actividades de promoción conjunta (cupones, descuentos...etc.).

Acciones a realizar en su zona de residencia

| | Total | VARIABLES SOCIO-DEMOGRÁFICAS | | | | | | | | | | |
|--|--------------|------------------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------|-------|-----------------------|------------|-------|------------|------|
| | | Edad | | | | Sexo | | Nivel socio-económico | | | | |
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta |
| Base: | 1.008 | 64 | 259 | 436 | 249 | 298 | 710 | 21 | 201 | 316 | 272 | 143 |
| Se realizaran más actividades de promoción conjunta (cupones, descuentos, etc..) | 3,6 | 4,2 | 3,8 | 3,5 | 3,4 | 3,5 | 3,7 | 3,4 | 3,6 | 3,8 | 3,7 | 3,2 |
| Se mejorara la señalización comercial | 3,2 | 3,5 | 3,4 | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,3 | 3,2 | 3,1 | 3,4 | 3,3 | 3,0 |
| Hubieran más calles y espacios comerciales | 3,1 | 3,3 | 3,3 | 3,0 | 2,9 | 3,2 | 3,0 | 3,4 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 2,8 |
| Hubiera más disponibilidad de aparcamiento | 3,4 | 3,9 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | 3,4 | 3,1 |
| Se adaptara o ampliara el horario comercial | 2,5 | 2,7 | 2,6 | 2,4 | 2,7 | 2,5 | 2,5 | 2,9 | 2,5 | 2,4 | 2,6 | 2,6 |
| Se realizaran actividades de animación y eventos en calle (payasos, etc..) | 2,9 | 3,3 | 3,1 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 3,0 | 2,8 | 2,9 | 3,1 | 2,9 | 2,7 |
| Se mejorara el equipamiento urbano y la limpieza | 3,7 | 3,5 | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 3,7 | 3,8 | 3,6 | 3,6 |
| Hubiera una mayor seguridad ciudadana | 3,5 | 3,4 | 3,4 | 3,6 | 3,5 | 3,3 | 3,6 | 3,5 | 3,5 | 3,7 | 3,4 | 3,3 |

Unidad: media de escala 1-5

El tramo más joven es el que solicita en mayor medida la realización de actividades de promoción conjunta (cupones, descuentos, etc.).

ANEXOS

ENCUESTA RESIDENTES ZARAGOZA

c o t o
consulting

CUESTIONARIO:

Buenos días/tardes. Mi nombre es Pertenezco a la empresa COTO CONSULTING que se dedica a la realización de Estudios de Mercado. Estamos realizando un estudio para la elaboración del PLAN LOCAL DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ZARAGOZA, en el que están implicados el Gobierno de Aragón, el Ayuntamiento, la Cámara de Comercio y La Federación de Empresarios de Comercio y servicios de Zaragoza y provincia. Los resultados se tratarán de forma conjunta entre el colectivo analizado, manteniendo así el anonimato de las contestaciones de cada uno de los participantes en el estudio. La duración de esta entrevista será de 10 minutos aproximadamente. **Necesito hablar con la persona de este hogar responsable o corresponsable de realizar las compras para el hogar.**

C.0. Distrito (viene establecido por el programa) POR CUOTA

DISTRITO

C.1. ¿Trabaja usted en algunos de los siguientes sectores?

Medios de comunicación.....1 } Fin
Partidos políticos.....2
Sector de investigación.....3

C.2. ¿Reside Ud. habitualmente en ZARAGOZA?

• Sí1
• No2 ^ Fin de entrevista

C.3. ¿Podría indicarme su edad? POR CUOTA

años (Menos de 18 años FIN de entrevista)

• Entre 18 y 29 años1
• Entre 30 y 45 años2
• Entre 46 y 65 años3
• Más de 65 años4

C.4. Anotar sexo:

• Hombre1
• Mujer.....2

C.5. ¿Ha comprado usted durante el último año....? (ENT: Sugerida y múltiple) (No ha comprado nada, FIN de entrevista)

• Bienes diarios: Alimentación, droguería e higiene.....1
• Equipamiento personal: Ropa, calzado y complementos.....2
• Equipamiento del hogar: muebles, electrodomésticos y menaje.....3
• Bienes ocasionales: productos de tecnología, ocio y cultura y relojería/joyería.....4

1

(PROG.: Contesta cod. 1 en C.5) A continuación le voy a hacer una serie de preguntas relacionadas con sus hábitos de compra en cuanto a la adquisición de BIENES DIARIOS, es decir, de productos de alimentación, droguería e higiene

P.1.a. ¿Con qué frecuencia suele realizar Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? (ENT: Respuesta única sugerida)

| FRECUENCIA | Alimentación, droguería e higiene |
|---|-----------------------------------|
| Compra todos o casi todos los días los productos que necesita | 1 <input type="checkbox"/> |
| Suele comprar cada 2-3 días | 2 <input type="checkbox"/> |
| Compra fundamentalmente un día a la semana aunque a diario compre algunas cosas sueltas | 3 <input type="checkbox"/> |
| Realiza una gran compra quincenal aunque luego haga pequeñas compras a lo largo del mes | 4 <input type="checkbox"/> |
| Realiza una gran compra mensual aunque luego haga pequeñas compras a lo largo del mes | 5 <input type="checkbox"/> |

P.1.b. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? (ENT: Respuesta múltiple sugerida)

• Tiendas especializadas-Tiendas de barrio-Ultramarinos 1

• Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) 2

• Galería Comercial 3

• Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) 4

• Mercado Municipal 5

• Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) 6

• Corte Inglés 7

• Centro comercial 8

• Otros (Especificar) 9

P.1.c.1 (PROG.: Contesta cod. 1,2 o 3 en P.1.b) Ud. me ha dicho que compra alimentación, droguería e higiene habitualmente en... (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 1-3 mencionados en P.1.b). Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad?

Mi zona o barrio.....1 Otra zona o barrio.....2 Fuera de la ciudad (No incl. Santa Isabel, Utebo y Casetas)...3

¿Dónde?

P.1.c.2 (PROG.: Contesta cod. 2-3 en P.1.c.1) ¿En qué otra zona o barrio de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (PROG./ENT: Leer todos. Respuesta sugerida y múltiple)

| | |
|-----------------------------------|---|
| 1. CASCO HISTORICO | 9. TORRERO-PUERTO VENEZIA |
| 2. CENTRO | 10. ACTUR |
| 3. AVENIDA MADRID- DELICIAS | 11. PERIFERIA (Santa Isabel, Utebo y Casetas) |
| 4. GRAN VÍA- FERNANDO EL CATÓLICO | 12. ROMAREDA |
| 5. SAN JOSÉ | 13. ARRABAL |
| 6. LAS FUENTES | 14. CASABLANCA-VALDESPARTERA |
| 7. ALMOZARA | Otros barrios (especificar) |
| 8. OLIVER-VALDEFIERRO | |

2

P.1.d. (PROG.: Contesta cod. 5-8 en P.1.b) **Ud. me ha dicho que compra alimentación, droguería e higiene habitualmente en...** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 5-8 mencionados en P.1.b) **¿En qué establecimiento.....?** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 5-8 mencionados en P.1.b de uno en uno y sugerir alternativas de respuesta)

| 1. MERCADO MUNICIPAL (Respuesta sugerida y múltiple) | 2. HIPERMERCADO (Respuesta sugerida y múltiple) | 3. CORTE INGLÉS (Respuesta sugerida y múltiple) | 4. CENTRO COMERCIAL (Respuesta sugerida y múltiple) |
|---|--|--|--|
| Mercado municipal Lazuna (central) | Alcampo Plaza Utrillas (San José) | C.C. Grancasa (El Corte Inglés)-Actur | C.C. Grancasa-Actur |
| Mercado municipal San Vicente de Paul | Alcampo Utebo (Periferia) | El Corte Inglés Sagasta (Centro) | C.C. Puerta Cinegia (A. Dominguez)-Casco |
| M. Paseo Tenuel | Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdeferro) | El Corte Inglés Independencia | C.C. Independencia (Centro) |
| M. Arzobispo Domech | Carrefour (Actur) | El Corte Inglés (C.C. Puerto Venecia)-Torrero | C.C. Augusta (Carrefour) Avda. Madrid-Delicias |
| M. Ebro | Carrefour (C.C. Augusta) (Avda. Madrid-Delicias) | Otro (Especificar) | C. C. Puerto Venecia-Torrero |
| M. San Francisco | Hipercon (C.C. Grancasa) (Actur) | NS/NC | C.C. Plaza Imperial (Eroski)-A2 |
| M. Delicias | Hipercon (C.C. Puerto Venecia) | | C.C. Auditorama (Sabeco)-Romadera |
| M. Las Fuentes | Otro (Especificar) | | Otro (Especificar) |
| M. Puerta Sancho | NS/NC | | NS/NC |
| M. París | | | |
| M. Antonia Leiva | | | |
| M. San Miguel | | | |
| M. Cuellar | | | |
| M. Casablanca | | | |
| M. Monteperdido | | | |
| M. Coimbra | | | |
| M. Hernan Cortes | | | |
| Otro (Especificar) | | | |
| NS/NC | | | |

P.1.e. **¿Cómo suele acceder a los establecimientos donde realiza la compra de alimentación, droguería e higiene del hogar?** (PROG./ENT: leer donde compra: zona en P.1.c y establecimientos precodificados en P.1.d)

- Andando..... 1
- En coche..... 2
- En autobús 3
- En tren 4
- En moto 5
- En bicicleta 6
- Taxi 7
- Otros (Especificar) 8

P.1.f.1 (PROG. Contesta cod. 1 en P.1.c.1) **¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación, droguería e higiene en el comercio de proximidad de su zona o barrio?** (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

- Cercanía/Proximidad..... 1
- Mejores precios 2
- Mayor calidad 3

- Mayor variedad/surtido producto 4
- Transporte cómodo de la compra 5
- Horarios 6
- Costumbre 7
- Confianza 8
- Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo 9
- Búsqueda de enseñanzas conocidas 10
- Facilidad de acceso y aparcamiento 11
- Cercanía lugar de trabajo 12
- Tengo familiares allí 13
- Combinación con actividades de ocio 14
- Variedad de tiendas/oferta 15
- Prefiero comprar en centros comerciales 16
- Otros motivos: 17

(PROG.: Contesta cod. 2 en C.5) **A continuación le voy a hacer una serie de preguntas relacionadas con sus hábitos de compra en cuanto a la adquisición de EQUIPAMIENTO PERSONAL, es decir productos de ropa, calzado y complementos**

P.2.a. **¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento personal?** (PROG./ENT: Respuesta múltiple sugerida)

- Tiendas especializadas situadas en la calle..... 1
- Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) 2
- Galería Comercial 3
- Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) 4
- Mercado Municipal..... 5
- Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercon...)..... 6
- Corte Inglés..... 7
- Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial..... 8
- Medianas superficies especializadas..... 9
- Otros (Especificar) 10

P.2.b.1 (PROG.: Contesta cod. 1,2 o 3 en P.2.a) **Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en...** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 1-3 mencionados en P.2.a). **Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad?**

- Mi zona o barrio..... 1
 - Otra zona o barrio..... 2
 - Fuera de la ciudad (No incl. Santa Isabel, Utebo y Casetas)... 3
- ¿Dónde? _____

P.2.b.2 (PROG.: Contesta cod. 2-3 en P.2.b.1) **¿En qué otra zona o barrio de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente?** (PROG./ENT: Leer todos. Respuesta sugerida y múltiple)

| | |
|-----------------------------------|---|
| 1. CASCO HISTORICO | 9. TORRERO-PUERTO VENECIA |
| 2. CENTRO | 10. ACTUR |
| 3. AVENIDA MADRID- DELICIAS | 11. PERIFERIA (Santa Isabel, Utebo y Casetas) |
| 4. GRAN VIA- FERNANDO EL CATOLICO | 12. ROMAREDA |
| 5. SAN JOSÉ | 13. ARRABAL |
| 6. LAS FUENTES | 14. CASABLANCA-VALDESPARTERA |
| 7. ALMOZARA | Otros barrios (especificar) |
| 8. OLIVER-VALDEFIERRO | |

P.2.c. (PROG.: Contesta cod. 5-9 en P.2.a) **Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en ...** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 5-9 mencionados en P.2.a) **¿En qué establecimiento.....** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 5-9 mencionados en P.2.a de uno en uno y sugerir alternativas de respuesta) (PROG./ENT: Respuesta sugerida y múltiple)

| 1. MERCADO MUNICIPAL (Respuesta sugerida y múltiple) | 2. HIPERMERCADO (Respuesta sugerida y múltiple) | 3. CORTE INGLÉS (Respuesta sugerida y múltiple) | 4. CENTRO COMERCIAL (Respuesta sugerida y múltiple) | 5. MEDIANA SUPERFICIE ESPECIALIZADA (Respuesta sugerida y múltiple) |
|---|--|--|--|--|
| Mercado municipal Lazuna (central) | Alcampo Plaza Utrillas (San José) | C.C Grancasa (El Corte Inglés)-Actur | C.C Grancasa-Actur | Decathlon |
| Mercado municipal San Vicente de Paul | Alcampo Utebo (Periferia) | El Corte Inglés Sagasta (Centro) | C.C Puerta Cinegia (A. Dominguez)-Casco | Primark |
| M. Paseo Teruel | Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdeferro) | El Corte Inglés Independencia | C.C Independencia (Centro) | Otro (Especificar) |
| M. Arzobispo Domech | Carrefour (Actur) | El Corte Inglés (C.C Puerto Venecia)-Torrero | C.C Augusta (Carrefour) Avda. Madrid-Delicias | NS/NC |
| M. Ebro | Carrefour (C.C Augusta) (Avda. Madrid-Delicias) | Otro (Especificar) | C. C Puerto Venecia-Torrero | |
| M. San Francisco | Hipercon (C.C Grancasa) (Actur) | NS/NC | C.C Plaza Imperial (Eroski)-A2 | |
| M. Delicias | Hipercon (C.C Puerto Venecia) | | C.C Auditorama (Sabeco)-Romadera | |
| M. Las Fuentes | Otro (Especificar) | | Otro (Especificar) | |
| M. Puerta Sancho | NS/NC | | NS/NC | |
| M. Paris | | | | |
| M. Antonia Leiva | | | | |
| M. San Miguel | | | | |
| M. Cuellar | | | | |
| M. Casablanca | | | | |
| M. Monteperdido | | | | |
| M. Coimbra | | | | |
| M. Hernan Cortes | | | | |
| Otro (Especificar) | | | | |
| NS/NC | | | | |

P.2.d ¿Cómo suele acceder a los establecimientos donde realiza la compra de ropa, calzado y complementos. (PROG./ENT: leer donde compra: zona en P.2.b. y establecimientos precodificados en P.2.c.)?

- Andando..... 1
- En coche..... 2
- En autobús 3
- En tren 4
- En moto 5
- En bicicleta 6
- Taxi 7
- Otros (Especificar) 8

P.2.e.1 (PROG. Contesta cod. 1 en P.2.b.1) ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

P.2.e.2 (PROG. Contesta cod. 2-3 P.2.b.1 o cod. 4-10 en P.2.a.) ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

- | | | |
|----------------------------|---------|--------------------------|
| | P.2.e.1 | P.2.e.2 |
| • Cercanía/Proximidad..... | 1 | <input type="checkbox"/> |
| • Mejores precios | 2 | <input type="checkbox"/> |
| • Mayor calidad | 3 | <input type="checkbox"/> |

- Mayor variedad/surtido producto 4
- Transporte cómodo de la compra 5
- Horarios..... 6
- Costumbre..... 7
- Confianza..... 8
- Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo 9
- Búsqueda de enseñas conocidas 10
- Facilidad de acceso y aparcamiento 11
- Cercanía lugar de trabajo..... 12
- Tengo familiares allí..... 13
- Combinación con actividades de ocio..... 14
- Variedad de tiendas/oferta 15
- Prefiero comprar en centros comerciales 16
- Otros motivos: 17

(PROG.: Contesta cod. 3 en C.5) A continuación le voy a hacer una serie de preguntas relacionadas con sus hábitos de compra en cuanto a la adquisición de EQUIPAMIENTO DEL HOGAR, es decir productos mobiliario, electrodomésticos y menaje.

P.3.a. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de equipamiento del hogar? (PROG./ENT: Respuesta múltiple sugerida)

- Tiendas especializadas situadas en la calle..... 1
- Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) 2
- Galería Comercial 3
- Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) 4
- Mercado Municipal..... 5
- Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercon...)..... 6
- Corte Inglés..... 7
- Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial..... 8
- Medianas superficies especializadas..... 9
- Otros (Especificar) 10

P.3.b.1 (PROG.: Contesta cod. 1,2 o 3 en P.3.a.) Ud. me ha dicho que compra mobiliario, menaje y electrodomésticos habitualmente en... (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 1-3 mencionados en P.3.a.) Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad?

Mi zona o barrio 1 Otra zona o barrio 2 Fuera de la ciudad 3 ¿Dónde? _____
(No incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas)

P.3.b.2 (PROG.: Contesta cod. 2-3 en P.3.b.1) ¿En qué otra zona o barrio de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (PROG./ENT: Leer todos. Respuesta sugerida y múltiple)

| | |
|-----------------------------------|---|
| 1. CASCO HISTORICO | 9. TORRERO – PUERTO VENECIA |
| 2. CENTRO | 10. ACTUR |
| 3. AVENIDA MADRID- DELICIAS | 11. PERIFERIA (Santa Isabel, Utebo y Casetas) |
| 4. GRAN VÍA- FERNANDO EL CATÓLICO | 12. ROMAREDA |
| 5. SAN JOSÉ | 13. ARRABAL |
| 6. LAS FUENTES | 14. CASABLANCA-VALDESPARTERA |
| 7. ALMOZARA | Otros barrios (especificar) |
| 8. OLIVER-VALDEFIERRO | |

P.3.c. (PROG.: Contesta cod. 5-9 en P.3.a.) **Ud. me ha dicho que compra mobiliario, menaje y electrodomésticos habitualmente en...** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 5-9 mencionados en P.3.a.) **¿En qué establecimiento.....** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 5-9 mencionados en P.3.a. de uno en uno y sugerir alternativas de respuesta) (PROG./ENT: Respuesta sugerida y múltiple)

| 1. MERCADO MUNICIPAL (Respuesta sugerida y múltiple) | 2. HIPERMERCADO (Respuesta sugerida y múltiple) | 3. CORTE INGLÉS (Respuesta sugerida y múltiple) | 4. CENTRO COMERCIAL (Respuesta sugerida y múltiple) | 5. MEDIANA SUPERFICIE ESPECIALIZADA (Respuesta sugerida y múltiple) |
|---|--|--|--|--|
| Mercado municipal Lazuna (central) | Alcampo Plaza Utrillas (San José) | C.C Grancasa (El Corte Inglés)-Actur | C.C Grancasa-Actur | Ikea |
| Mercado municipal San Vicente de Paul | Alcampo Utebo (Periferia) | El Corte Inglés Sagasta (Centro) | C.C Puerta Cinegia (A. Dominguez)-Casco | Leroy Merlin |
| M. Paseo Teruel | Alcampo Los Enlases (Oliver-Valdefierro) | El Corte Inglés Independencia | C.C Independencia (Centro) | Media Mark |
| M. Arzobispo Domech | Carrefour (Actur) | El Corte Inglés (C.C Puerto Venecia)-Torrero | C.C Augusta (Carrefour) Avda. Madrid-Delicias | Otro (Especificar) |
| M. Ebro | Carrefour (C.C Augusta) (Avda. Madrid-Delicias) | Otro (Especificar) | C. C Puerto Venecia-Torrero | NS/NC |
| M. San Francisco | Hipercon (C.C Grancasa) (Actur) | NS/NC | C.C Plaza Imperial (Eroski)-A2 | |
| M. Delicias | Hipercon (C.C Puerto Venecia) | | C.C Auditorium (Sabeco)-Romadera | |
| M. Las Fuentes | Otro (Especificar) | | Otro (Especificar) | |
| M. Puerta Sancho | NS/NC | | NS/NC | |
| M. Paris | | | | |
| M. Antonia Leiva | | | | |
| M. San Miguel | | | | |
| M. Cuellar | | | | |
| M. Casablanca | | | | |
| M. Monteperdido | | | | |
| M. Coimbra | | | | |
| M. Hernan Cortes | | | | |
| Otro (Especificar) | | | | |
| NS/NC | | | | |

P.3.d. ¿Cómo suele acceder a los establecimientos donde realiza la compra de mobiliario, menaje y electrodomésticos. (PROG./ENT: leer donde compra: zona en P.3.b. y establecimientos precodificados en P.3.c.)?

- Andando..... 1
- En coche..... 2
- En autobús..... 3
- En tren..... 4
- En moto..... 5
- En bicicleta..... 6
- Taxi..... 7
- Otros (Especificar)..... 8

P.3.e.1 (PROG. Contesta cod. 1 en P.3.b.1) ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

P.3.e.2 (PROG. Contesta cod. 2-3 P.3.b.1 o cod. 4-10 en P.3.a.) ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

- | | | |
|----------------------------|---------|--------------------------|
| | P.3.e.1 | P.3.e.2 |
| • Cercanía/Proximidad..... | 1 | <input type="checkbox"/> |
| • Mejores precios..... | 2 | <input type="checkbox"/> |
| • Mayor calidad..... | 3 | <input type="checkbox"/> |

- Mayor variedad/surtido producto..... 4
- Transporte cómodo de la compra..... 5
- Horarios..... 6
- Costumbre..... 7
- Confianza..... 8
- Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo..... 9
- Búsqueda de enseñanzas conocidas..... 10
- Facilidad de acceso y aparcamiento..... 11
- Cercanía lugar de trabajo..... 12
- Tengo familiares allí..... 13
- Combinación con actividades de ocio..... 14
- Variedad de tiendas/oferta..... 15
- Prefiero comprar en centros comerciales..... 16
- Otros motivos:..... 17

(PROG.: Contesta cod. 4 en C.5) A continuación le voy a hacer una serie de preguntas relacionadas con sus hábitos de compra en cuanto a la adquisición de BIENES OCASIONALES; es decir, productos de tecnología, ocio y cultura y relojería/joyería

P.4.a. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de bienes ocasionales? (PROG./ENT: Respuesta múltiple sugerida)

- Tiendas especializadas situadas en la calle..... 1
- Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski)..... 2
- Galería Comercial..... 3
- Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara)..... 4
- Mercado Municipal..... 5
- Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercon)..... 6
- Corte Inglés..... 7
- Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial..... 8
- Medianas superficies especializadas..... 9
- Otros (Especificar)..... 10

P.4.b.1 (PROG. Contesta cod. 1 en P.4.a.) Ud. me ha dicho que compra productos de tecnología, ocio y cultura y relojería/joyería habitualmente en... (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 1-3 mencionados en P.4.a). Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad?

Mi zona o barrio 1 Otra zona o barrio 2 Fuera de la ciudad 3 ¿Dónde? _____
(No incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas)

P.4.b.2 (PROG. Contesta cod. 1 en P.4.a.) ¿En qué otra zona o barrio de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (PROG./ENT: Leer todos. Respuesta sugerida y múltiple)

| | |
|-----------------------------------|---|
| 1. CASCO HISTORICO | 9. TORRERO – PUERTO VENECIA |
| 2. CENTRO | 10. ACTUR |
| 3. AVENIDA MADRID- DELICIAS | 11. PERIFERIA (Santa Isabel, Utebo y Casetas) |
| 4. GRAN VÍA- FERNANDO EL CATOLICO | 12. ROMAREDA |
| 5. SAN JOSÉ | 13. ARRABAL |
| 6. LAS FUENTES | 14. CASABLANCA-VALDESPARTERA |
| 7. ALMOZARA | Otros barrios (especificar) |
| 8. OLIVER-VALDEFIERRO | |

P.4.c. (PROG.: Contesta cod. 5-9 en P.4.b) **Ud. me ha dicho que compra productos de tecnología, ocio y cultura y relojería/joyería habitualmente en...** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 5-9 mencionados en P.4.a) **¿En qué establecimiento.....** (PROG./ENT: leer los tipos de establecimientos 5-9 mencionados en P.4.a de uno en uno y sugerir alternativas de respuesta) (PROG./ENT: Respuesta sugerida y múltiple)

| 1. MERCADO MUNICIPAL (Respuesta sugerida y múltiple) | 2. HIPERMERCADO (Respuesta sugerida y múltiple) | 3. CORTE INGLÉS (Respuesta sugerida y múltiple) | 4. CENTRO COMERCIAL (Respuesta sugerida y múltiple) | 5. MEDIANA SUPERFICIE ESPECIALIZADA (Respuesta sugerida y múltiple) |
|---|--|--|--|--|
| Mercado municipal Lazuna (central) | Alcampo Plaza Utrillas (San José) | C.C Grancasa (El Corte Inglés)-Actur | C.C Grancasa-Actur | Ikea |
| Mercado municipal San Vicente de Paul | Alcampo Utebo (Periferia) | El Corte Inglés Sagasta (Centro) | C.C Puerta Cinegia (A. Dominguez)-Casco | Leroy Merlin |
| M. Paseo Teruel | Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdeferro) | El Corte Inglés Independencia | C.C Independencia (Centro) | Media Mark |
| M. Arzobispo Domech | Carrefour (Actur) | El Corte Inglés (C.C Puerto Venecia)-Torrero | C.C Augusta (Carrefour) Avda. Madrid-Delicias | Fnac |
| M. Ebro | Carrefour (C.C Augusta) (Avda. Madrid-Delicias) | Otro (Especificar) | C. C Puerto Venecia-Torrero | Otro (Especificar) |
| M. San Francisco | Hiperacor (C.C Grancasa) (Actur) | NS/NC | C.C Plaza Imperial (Eroski)-A2 | NS/NC |
| M. Delicias | Hiperacor (C.C Puerto Venecia) | | C.C Auditorama (Sabeco)-Romadera | |
| M. Las Fuentes | Otro (Especificar) | | Otro (Especificar) | |
| M. Puerta Sancho | NS/NC | | NS/NC | |
| M. Paris | | | | |
| M. Antonia Leiva | | | | |
| M. San Miguel | | | | |
| M. Cuellar | | | | |
| M. Casablanca | | | | |
| M. Monteperdido | | | | |
| M. Coimbra | | | | |
| M. Hernan Cortes | | | | |
| Otro (Especificar) | | | | |
| NS/NC | | | | |

P.4.d. **¿Cómo suele acceder a los establecimientos donde realiza la compra de productos de tecnología, ocio y cultura y relojería/joyería.** (PROG./ENT: leer donde compra: zona en P.4.b y establecimientos precodificados en P.4.c)

- Andando..... 1
- En coche..... 2
- En autobús 3
- En tren 4
- En moto 5
- En bicicleta 6
- Taxi 7
- Otros (Especificar) 8

P.4.e (PROG. Contesta cod. 1 en P.4.b) **¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de productos de tecnología, ocio y cultura y relojería/joyería en el comercio de proximidad de su zona o barrio?** (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

P.4.f (PROG. Contesta cod. 2-3 P.4.b.1 o cod. 4-10 en P.4.a.) **¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de productos de tecnología, ocio y cultura y relojería/joyería en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio?** (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

- | | P.4.e | P.4.f |
|--|-------|--------------------------|
| • Cercanía/Proximidad..... | 1 | <input type="checkbox"/> |
| • Mejores precios | 2 | <input type="checkbox"/> |
| • Mayor calidad | 3 | <input type="checkbox"/> |
| • Mayor variedad/surtido producto | 4 | <input type="checkbox"/> |
| • Transporte cómodo de la compra | 5 | <input type="checkbox"/> |
| • Horarios..... | 6 | <input type="checkbox"/> |
| • Costumbre..... | 7 | <input type="checkbox"/> |
| • Confianza..... | 8 | <input type="checkbox"/> |
| • Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 9 | <input type="checkbox"/> |
| • Búsqueda de enseñanzas conocidas | 10 | <input type="checkbox"/> |
| • Facilidad de acceso y aparcamiento | 11 | <input type="checkbox"/> |
| • Cercanía lugar de trabajo..... | 12 | <input type="checkbox"/> |
| • Tengo familiares allí..... | 13 | <input type="checkbox"/> |
| • Combinación con actividades de ocio..... | 14 | <input type="checkbox"/> |
| • Variedad de tiendas/oferta | 15 | <input type="checkbox"/> |
| • Prefiero comprar en centros comerciales | 16 | <input type="checkbox"/> |
| • Otros motivos: | 17 | <input type="checkbox"/> |

INTERNET

P.5.a **¿Utiliza Internet como medio de búsqueda de información de productos?** (ENT: Resp. Única espontánea)

- Sí..... 1
- No..... 2 Saltar a P.7

P.5.b (PROG. Contesta cod. 1 en P.5.a) **¿Qué medio suele utilizar para conectarse a Internet y buscar información de productos?** (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

- PC..... 1
- Smartphone..... 2
- Tablet..... 3
- Portatil..... 4
- Otro (Mencionar):..... 5

P.6. **¿Suele emplear Internet para buscar comercios del lugar donde quiere comprar?** (ENT: Resp. Única espontánea)

- Sí..... 1
- No..... 2

P.7. (PROG. Contesta cod. 1 en P.5.a) ¿Qué tipos de productos busca? (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

| P.7 | Que busca |
|--|----------------------------|
| Alimentación | 1 <input type="checkbox"/> |
| Ropa y calzado | 2 <input type="checkbox"/> |
| Electrodomésticos y menaje | 3 <input type="checkbox"/> |
| Mobiliario | 4 <input type="checkbox"/> |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos...) | 5 <input type="checkbox"/> |
| Tecnología | 6 <input type="checkbox"/> |
| Otros (Especificar _____) | 7 <input type="checkbox"/> |

P.8.a ¿Compra por Internet desde su casa o trabajo? (ENT: Resp. Única espontánea)

- Si..... 1
- No.....2 Saltar a P10

P.8.b (PROG. Contesta cod. 1 en P.8.a). Por favor indique los productos comprados (ENT: Resp. espontánea y múltiple)

| P.8 | Que compra |
|--|----------------------------|
| Alimentación | 1 <input type="checkbox"/> |
| Ropa y calzado | 2 <input type="checkbox"/> |
| Electrodomésticos y menaje | 3 <input type="checkbox"/> |
| Mobiliario | 4 <input type="checkbox"/> |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos...) | 5 <input type="checkbox"/> |
| Tecnología | 6 <input type="checkbox"/> |
| Otros (Especificar _____) | 7 <input type="checkbox"/> |

P.9. (PROG. Contesta cod. 1 en P.8.a). De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet? (PROG/ ENT: Ir listando los productos que compra por Internet para ir asignando el %. Resp. sugerida y múltiple)

| P.9 | % compra sobre total |
|--|----------------------------|
| Alimentación | 1 <input type="checkbox"/> |
| Ropa y calzado | 2 <input type="checkbox"/> |
| Artículos hogar | 3 <input type="checkbox"/> |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos...) | 4 <input type="checkbox"/> |
| Tecnología | 5 <input type="checkbox"/> |
| Otros (Especificar _____) | 6 <input type="checkbox"/> |

11

TIPOLOGÍA DE CONSUMIDOR

P.10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

- Preparo la lista de la compra y compro lo previsto.....1
- Preparo la lista de la compra, pero hay productos que compro de forma imprevista.....2
- Siempre busco el producto en oferta y promoción.....3
- Me espero a las rebajas para comprar.....4
- No planifico la compra, adquiero los productos que me interesan cuando estoy en el propio establecimiento.....5
- Busco mucho en Internet, pero mayoritariamente acabo comprando en las tiendas físicas.....6
- Miro en los comercios, pero mayoritariamente compro más por Internet.....7
- Busco en Internet valoraciones de otros clientes antes de comprar (foros, blogs, redes sociales...etc).....8
- Comparto con otros usuarios de Internet mis gustos y mis experiencias de compra.....9

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal? Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

- Buenos precios..... 1
- Conocer al comerciante/confianza..... 2
- Buena Experiencia de compra..... 3
- Buena Relación calidad/precio..... 4
- Atención personalizada y orientada a mis necesidades..... 5
- Que tenga marcas conocidas..... 6
- Diseño/interiorismo..... 7
- Canal de compra online..... 8
- Canal de comunicación/atención online (web, e-mail...etc.)..... 9

COMERCIO Y CIUDAD

A continuación vamos a realizarle unas preguntas sobre sus compras en general, no vinculadas a ningún bloque específico de los anteriores

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

- Variedad de comercios..... 1
- Modernidad de los comercios..... 2
- Trato de los comerciantes..... 3
- Adecuación de los horarios..... 4
- Calidad de los productos..... 5
- Atractivo de los escaparates..... 6
- Asesoramiento del vendedor..... 7
- Nivel de precios..... 8
- Servicios (pagos con tarjeta, devolución de dinero, etc)..... 9
- Comodidad para desplazarse por las calles para comprar..... 10

12

P.13. De las siguientes medidas que le menciono a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

- Se realizaran más actividades de promoción conjunta, (cupones, descuentos, etc.) 1
- Se mejorara la señalización comercial..... 2
- Hubieran más calles y espacios peatonales..... 3
- Hubiera más disponibilidad de aparcamiento..... 4
- Se adaptara o ampliara el horario comercial..... 5
- Se realizaran actividades de animación y eventos en calle (payasos, etc.)..... 6
- Se mejorara el equipamiento urbano y la limpieza..... 7
- Hubiera una mayor seguridad ciudadana..... 8

DATOS DE CLASIFICACIÓN

C.1. ¿Sería tan amable de indicarme el número de personas que viven en su hogar, incluyéndose Vd. mismo?

C.1.b.1 ¿Cuántos de ellos son mayores de 65 años?

C.1.b.2 Y ¿cuántos de ellos son menores de 18 años?

C.2. ¿Cuál es el número de personas con ingresos en su hogar?

C.3. ¿Cuál es su posición dentro del hogar?.....

- Vd. es el principal sustentador (el que más ingresos aporta al hogar)..... 1
- Es otra persona el principal sustentador..... 2
- Vd. con otra persona ingresan más o menos por igual..... 3

C.4. (Si el entrevistado es el cabeza de familia pasar a C.5.)

Edad del cabeza de familia: (por cabeza de familia la persona que trae los principales ingresos al hogar)

Anotar y codificar

- Entre 20-29 años 1
- Entre 30-45 años..... 2
- Entre 46-65 años..... 3
- Más de 65 años..... 5

C.5. ¿De donde es originario Ud.? (Lugar de nacimiento)

País:

- España 1
- Otro (detallar).....

Comunidad Autónoma:

- Aragón..... 1
- Otra (detallar).....

Municipio:

- Zaragoza..... 1
- Otro (detallar).....

C.6.A. Dígame por favor los estudios de más alto nivel que haya finalizado Ud.

C.6.B. ¿Y el sustentador principal o cabeza de familia?

(ENT.: Si C.3 código 1 ó 3 anotar lo mismo en C6A y C6B)

- | | C.6.A. ENTREV | C.6.B. SUST. PRIN |
|---|----------------------------|----------------------------|
| • No sabe leer ni escribir..... | 1 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> |
| • Sin estudios (Estudios primarios sin terminar)..... | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| • Primer grado (Certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años)..... | 3 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| • Segundo grado 1er ciclo (Graduado escolar, EGB 2ª etapa, 1º y 2º ESO, hasta los 14 años)..... | 4 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| • Segundo grado 2º ciclo (FP 1º y 2º, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º ESO, COU, PREU, 1º y 2º Bachillerato, hasta los 18 años)..... | 5 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| • Tercer grado 1er ciclo (Ingeniero técnico, escuelas Universitarias, arquitectos técnicos, peritos, magisterio, ATS, diplomados, graduados sociales, asistentes sociales, etc.)..... | 6 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| • Tercer grado 2º ciclo (Universitarios, licenciado superior, facultades, escuelas técnicas superiores, doctorados, etc.)..... | 7 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> |

C.7.A. ¿Cuál es su actual actividad?

C.7.B. ¿Y la del sustentador principal o cabeza de familia?

(ENT.: Si C.3 código 1 ó 3 anotar lo mismo en C7A y C7B)

- | | C.7.A. ENTREV | C.7.B. SUST. PRIN |
|--|----------------------------|----------------------------|
| • Trabaja actualmente..... | 1 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> |
| • Retirado / pensionista / incapacitado..... | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| • Parado, ha trabajado anteriormente..... | 3 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| • Parado, busca primer empleo..... | 4 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| • Estudiante (que no trabaja)..... | 5 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| • Sus labores (que no trabaja)..... | 6 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |

ENTREVISTADOR: SI TRABAJA ACTUALMENTE PREGUNTAR OCUPACIÓN Y ANOTAR EN EL CUADRO SIGUIENTE. EN EL CASO DE JUBILADO O PARADO PREGUNTAR POR LA ÚLTIMA OCUPACIÓN QUE TUVO Y ANOTAR EN EL CUADRO SIGUIENTE.

C.8.A. ¿Cuál es su actual ocupación?

C.8.B. ¿Y la del sustentador principal o cabeza de familia?

(ENT.: Si C.3 código 1 ó 3 anotar lo mismo en C8A y C8B)

- | | C.8.A ENTREV | C.8.B SUST. PRIN |
|---|----------------------------|----------------------------|
| TRABAJA POR CUENTA PROPIA | | |
| • Empresarios agrarios con 6 y más empleados..... | 1 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> |
| • Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados..... | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| • Propietarios agrícolas sin empleados..... | 3 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| • Miembros de cooperativas agrarias..... | 4 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| • Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados..... | 5 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| • Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados..... | 6 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| • Empresarios/comerciantes sin empleados..... | 7 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> |
| • Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc.)..... | 8 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> |
| • Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia..... | 9 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> |

TRABAJA POR CUENTA AJENA

| | | |
|---|----------------------------|----------------------------|
| • Direc. empresas públicas y privadas 25 y + trab. | 0 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| • Direc. empresas públicas y privadas, menos de 25 trab. | 1 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> |
| • Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admon. pública y oficiales ejército. | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| • Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, admon. pública y oficiales ejército. | 3 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| • Capataces, encargados, suboficiales ejército' | 4 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| • Agentes comerciales, representantes | 5 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| • Administrativos | 6 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| • Obreros especializados, números Guardia Civil y Policía. | 7 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> |
| • Vendedores, dependientes | 8 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> |
| • Empleados subalternos (conserjes, etc.) | 9 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> |
| • Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico | 0 <input type="checkbox"/> | 0 <input type="checkbox"/> |
| • Jornaleros del campo. | 1 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> |
| • Otro personal no cualificado. | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

¿Sería usted tan amable de darme su nombre (es para que puedan supervisar mi trabajo)?

NOMBRE DEL ENTREVISTADO: _____

Muchas gracias por su colaboración, ya hemos terminado. Buenos días/ buenas tardes

15

ANEXOS

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| Distrito/BARRIO | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 6,7% | 7,8% | 8,5% | 5,7% | 6,4% |
| 2. Centro | 7,9% | 4,7% | 7,7% | 6,2% | 12,0% |
| 3. Avenida Madrid- Delicias | 15,8% | 12,5% | 14,3% | 17,4% | 15,3% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 3,9% | 9,4% | 2,7% | 2,3% | 6,4% |
| 5. San José | 9,6% | 3,1% | 6,2% | 13,1% | 8,8% |
| 6. Las Fuentes | 7,0% | 12,5% | 3,9% | 6,0% | 10,8% |
| 7. Almozara | 4,1% | 3,1% | 1,9% | 5,0% | 4,8% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 4,7% | 1,6% | 8,1% | 4,8% | 1,6% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 5,0% | 7,8% | 4,6% | 4,4% | 5,6% |
| 10. Actur | 8,8% | 7,8% | 9,3% | 8,5% | 9,2% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 6,0% | 1,6% | 8,5% | 6,9% | 2,8% |
| 12. Romareda | 4,8% | 3,1% | 3,1% | 5,5% | 5,6% |
| 13. Arrabal | 10,5% | 15,6% | 13,5% | 9,2% | 8,4% |
| 14. Casablanca- Valdespartera | 5,3% | 9,4% | 7,7% | 5,0% | 2,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| Distrito/BARRIO | Total | Hombre | Mujer |
|---|---------------|---------------|---------------|
| 1. Casco histórico | 6,7% | 5,7% | 7,2% |
| 2. Centro | 7,9% | 8,1% | 7,9% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,8% | 14,8% | 16,2% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 3,9% | 2,7% | 4,4% |
| 5. San José | 9,6% | 7,0% | 10,7% |
| 6. Las Fuentes | 7,0% | 7,0% | 7,0% |
| 7. Almozara | 4,1% | 3,4% | 4,4% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 4,7% | 5,7% | 4,2% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 5,0% | 5,0% | 4,9% |
| 10. Actur | 8,8% | 10,4% | 8,2% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 6,0% | 7,0% | 5,5% |
| 12. Romareda | 4,8% | 5,4% | 4,5% |
| 13. Arrabal | 10,5% | 11,1% | 10,3% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,3% | 6,7% | 4,6% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| DISTRITO/BARRIO | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1. Casco histórico | 6,7% | 14,3% | 4,0% | 4,7% | 8,8% | 9,1% | 9,1% |
| 2. Centro | 7,9% | 0,0% | 5,5% | 3,8% | 8,1% | 19,6% | 12,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,8% | 9,5% | 18,9% | 15,8% | 16,2% | 14,0% | 9,1% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 3,9% | 0,0% | 2,5% | 4,4% | 2,6% | 6,3% | 7,3% |
| 5. San José | 9,6% | 4,8% | 10,9% | 9,5% | 10,3% | 6,3% | 12,7% |
| 6. Las Fuentes | 7,0% | 19,0% | 11,4% | 7,9% | 2,9% | 4,2% | 9,1% |
| 7. Almozara | 4,1% | 4,8% | 1,5% | 6,3% | 5,5% | 0,7% | 1,8% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 4,7% | 9,5% | 5,5% | 6,3% | 3,3% | 2,1% | 3,6% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 5,0% | 4,8% | 8,0% | 4,7% | 5,1% | 1,4% | 3,6% |
| 10. Actur | 8,8% | 14,3% | 7,0% | 9,2% | 11,4% | 3,5% | 12,7% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 6,0% | 4,8% | 6,5% | 6,6% | 6,3% | 4,9% | 1,8% |
| 12. Romareda | 4,8% | 0,0% | 3,5% | 3,5% | 4,8% | 9,8% | 5,5% |
| 13. Arrabal | 10,5% | 4,8% | 13,4% | 12,7% | 8,1% | 7,0% | 10,9% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,3% | 9,5% | 1,5% | 4,4% | 6,6% | 11,2% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| C3_1. Edad | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---------------|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| Media | 53,9 | 23,4 | 39,5 | 55,4 | 74,2 |
| Desviación | 15,8 | 3,2 | 4,9 | 5,9 | 7,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| C3_1. Edad | Total | Hombre | Mujer |
|---------------|-------|--------|-------|
| Media | 53,9 | 50,1 | 55,5 |
| Desviación | 15,8 | 15,5 | 15,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| C3_1. Edad | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 53,9 | 71,1 | 58,7 | 53,1 | 50,5 | 51,1 | 58,3 |
| Desviación | 15,8 | 10,7 | 16,4 | 15,3 | 13,6 | 15,4 | 20,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| C3_1. Edad | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid- Delicias | 4. Gran Vía- Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver- Valdefierro | 9. Torrero- Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca- Valdespa- rtera | 15. Otros barrios |
|---------------|-----------------------|-----------|-----------------------------------|---|-------------|-------------------|-------------|---------------------------|----------------------------------|-----------|---|--------------|-------------|---------------------------------------|----------------------|
| Media | 53,9 | 52,9 | 58,0 | 54,8 | 56,7 | 56,4 | 57,1 | 58,7 | 49,6 | 52,9 | 54,0 | 50,2 | 57,1 | 49,9 | 45,5 |
| Desviación | 15,8 | 16,3 | 16,1 | 15,1 | 21,6 | 13,4 | 18,5 | 16,2 | 12,8 | 16,6 | 15,3 | 12,5 | 15,6 | 15,6 | 13,3 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por sexo

| C3_2. Edad | Total | Hombre | Mujer |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| Entre 18 y 29 años | 6,3% | 11,4% | 4,2% |
| Entre 30 y 45 años | 25,7% | 29,5% | 24,1% |
| Entre 46 y 65 años | 43,3% | 42,3% | 43,7% |
| Más de 65 años | 24,7% | 16,8% | 28,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| C3_2. Edad | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Entre 18 y 29 años | 6,3% | 0,0% | 6,5% | 6,3% | 5,1% | 8,4% | 9,1% |
| Entre 30 y 45 años | 25,7% | 4,8% | 14,4% | 27,5% | 30,9% | 31,5% | 23,6% |
| Entre 46 y 65 años | 43,3% | 28,6% | 40,3% | 43,4% | 50,7% | 42,0% | 25,5% |
| Más de 65 años | 24,7% | 66,7% | 38,8% | 22,8% | 13,2% | 18,2% | 41,8% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| C3_2. Edad | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Olivero Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--------------------|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|------------------------|---------------------------|---------------|---|---------------|---------------|------------------------------|-------------------|
| Entre 18 y 29 años | 6,3% | 7,4% | 3,8% | 5,0% | 15,4% | 2,1% | 11,3% | 4,9% | 2,1% | 10,0% | 5,6% | 1,7% | 4,2% | 9,4% | 11,3% |
| Entre 30 y 45 años | 25,7% | 32,4% | 25,0% | 23,3% | 17,9% | 16,5% | 14,1% | 12,2% | 44,7% | 24,0% | 27,0% | 36,7% | 16,7% | 33,0% | 37,7% |
| Entre 46 y 65 años | 43,3% | 36,8% | 33,8% | 47,8% | 25,6% | 58,8% | 36,6% | 53,7% | 44,7% | 38,0% | 41,6% | 50,0% | 50,0% | 37,7% | 41,5% |
| Más de 65 años | 24,7% | 23,5% | 37,5% | 23,9% | 41,0% | 22,7% | 38,0% | 29,3% | 8,5% | 28,0% | 25,8% | 11,7% | 29,2% | 19,8% | 9,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| C4. Sexo | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Hombre | 29,6% | 53,1% | 34,0% | 28,9% | 20,1% |
| Mujer | 70,4% | 46,9% | 66,0% | 71,1% | 79,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008

casos

Cruce por perfil socioeconómico

| C4. Sexo | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Hombre | 29,6% | 14,3% | 22,4% | 29,1% | 34,2% | 33,6% | 30,9% |
| Mujer | 70,4% | 85,7% | 77,6% | 70,9% | 65,8% | 66,4% | 69,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008

casos

Cruce por zona de residencia

| C4. Sexo | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--------------|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------------------|---------------|---|---------------|---------------|------------------------------|-------------------|
| Hombre | 29,6% | 25,0% | 30,0% | 27,7% | 20,5% | 21,6% | 29,6% | 24,4% | 36,2% | 30,0% | 34,8% | 35,0% | 33,3% | 31,1% | 37,7% |
| Mujer | 70,4% | 75,0% | 70,0% | 72,3% | 79,5% | 78,4% | 70,4% | 75,6% | 63,8% | 70,0% | 65,2% | 65,0% | 66,7% | 68,9% | 62,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008

casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| C5. ¿Ha comprado Ud. durante el último año? | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Alimentación y droguería | 99,7% | 96,9% | 100,0% | 99,8% | 100,0% |
| Ropa, calzado y complementos | 86,5% | 96,9% | 96,1% | 92,2% | 63,9% |
| Equipamiento del hogar: muebles, electrodomésticos, etc.. | 34,5% | 31,3% | 46,3% | 35,6% | 21,3% |
| Otros bienes ocasionales: libros, discos, etc. | 48,7% | 70,3% | 67,6% | 48,9% | 23,3% |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| C5. ¿Ha comprado Ud. durante el último año? | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|-------|
| Alimentación y droguería | 99,7% | 99,7% | 99,7% |
| Ropa, calzado y complementos | 86,5% | 90,6% | 84,8% |
| Equipamiento del hogar: muebles, electrodomésticos, etc.. | 34,5% | 39,9% | 32,3% |
| Otros bienes ocasionales: libros, discos, etc. | 48,7% | 60,4% | 43,8% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| C5. ¿Ha comprado Ud. durante el último año? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|--------|------------|--------|------------|-------|-------|
| Alimentación y droguería | 99,7% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 99,6% | 99,3% | 98,2% |
| Ropa, calzado y complementos | 86,5% | 47,6% | 76,1% | 88,0% | 93,8% | 93,0% | 78,2% |
| Equipamiento del hogar: muebles, electrodomésticos, etc.. | 34,5% | 9,5% | 21,9% | 31,6% | 42,6% | 50,3% | 25,5% |
| Otros bienes ocasionales: libros, discos, etc. | 48,7% | 4,8% | 31,3% | 45,3% | 68,4% | 60,1% | 21,8% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| C5. ¿Ha comprado Ud. durante el último año? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Alimentación y droguería | 99,7% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 98,6% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 96,2% |
| Ropa, calzado y complementos | 86,5% | 83,8% | 85,0% | 88,1% | 84,6% | 83,5% | 76,1% | 78,0% | 85,1% | 92,0% | 91,0% | 88,3% | 87,5% | 90,6% | 92,5% |
| Equipamiento del hogar: muebles, electrodomésticos, etc.. | 34,5% | 36,8% | 41,3% | 27,7% | 23,1% | 39,2% | 25,4% | 36,6% | 29,8% | 20,0% | 31,5% | 35,0% | 50,0% | 34,0% | 62,3% |
| Otros bienes ocasionales: libros, discos, etc. | 48,7% | 50,0% | 47,5% | 44,7% | 51,3% | 45,4% | 42,3% | 36,6% | 38,3% | 48,0% | 50,6% | 51,7% | 58,3% | 52,8% | 69,8% |

Base: 1.008 casos

Cruce por edad

| P1A. ¿Con qué frecuencia suele realizar Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Compra todos o casi todos los días los productos que necesita | 24,5% | 17,7% | 19,7% | 23,2% | 33,3% |
| Suele comprar cada 2-3 días | 27,6% | 27,4% | 27,4% | 26,2% | 30,1% |
| Compra fundamentalmente un día a la semana aunque a diario compre algunas cosas sueltas | 38,6% | 40,3% | 40,2% | 41,4% | 31,7% |
| Realiza una gran compra quincenal aunque luego haga pequeñas compras a lo largo del mes | 9,4% | 14,5% | 12,7% | 9,2% | 4,8% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.005 casos

Cruce por sexo

| P1A. ¿Con qué frecuencia suele realizar Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? | Total | Hombre | Mujer |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Compra todos o casi todos los días los productos que necesita | 24,5% | 29,0% | 22,6% |
| Suele comprar cada 2-3 días | 27,6% | 27,6% | 27,5% |
| Compra fundamentalmente un día a la semana aunque a diario compre algunas cosas sueltas | 38,6% | 33,7% | 40,7% |
| Realiza una gran compra quincenal aunque luego haga pequeñas compras a lo largo del mes | 9,4% | 9,8% | 9,2% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.005 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1A. ¿Con qué frecuencia suele realizar Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|--------|--------|------------|--------|------------|--------|--------|
| Compra todos o casi todos los días los productos que necesita | 24,5% | 33,3% | 28,4% | 23,7% | 19,6% | 26,1% | 31,5% |
| Suele comprar cada 2-3 días | 27,6% | 19,0% | 28,4% | 26,6% | 28,0% | 28,2% | 29,6% |
| Compra fundamentalmente un día a la semana aunque a diario compre algunas cosas sueltas | 38,6% | 47,6% | 36,8% | 38,3% | 40,2% | 38,0% | 37,0% |
| Realiza una gran compra quincenal aunque luego haga pequeñas compras a lo largo del mes | 9,4% | 0,0% | 6,5% | 11,4% | 12,2% | 7,7% | 1,9% |
| | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.005 casos

Cruce por zona de residencia

| P1A. ¿Con qué frecuencia suele realizar Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Compra todos o casi todos los días los productos que necesita | 24,5% | 16,2% | 22,5% | 24,5% | 35,9% | 23,7% | 28,6% | 22,0% | 25,5% | 22,0% | 24,7% | 18,3% | 31,3% | 32,1% | 13,7% |
| Suele comprar cada 2-3 días | 27,6% | 45,6% | 28,8% | 32,1% | 23,1% | 30,9% | 25,7% | 31,7% | 23,4% | 16,0% | 23,6% | 26,7% | 25,0% | 19,8% | 25,5% |
| Compra fundamentalmente un día a la semana aunque a diario compre algunas cosas sueltas | 38,6% | 29,4% | 42,5% | 31,4% | 35,9% | 40,2% | 38,6% | 39,0% | 42,6% | 46,0% | 39,3% | 35,0% | 39,6% | 41,5% | 51,0% |
| Realiza una gran compra quincenal aunque luego haga pequeñas compras a lo largo del mes | 9,4% | 8,8% | 6,3% | 11,9% | 5,1% | 5,2% | 7,1% | 7,3% | 8,5% | 16,0% | 12,4% | 20,0% | 4,2% | 6,6% | 9,8% |
| | TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Cruce por edad

| P1B. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? MULT. SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Tiendas especializadas-tiendas de barrio- Ultramarinos | 42,7% | 27,4% | 35,1% | 43,7% | 52,6% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 79,7% | 87,1% | 77,6% | 82,1% | 75,9% |
| Galería Comercial | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,2% | 0,8% |
| Mercado Municipal | 15,6% | 6,5% | 8,1% | 18,4% | 20,9% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor) | 17,8% | 14,5% | 28,6% | 16,8% | 9,2% |
| Corte Inglés | 2,6% | 0,0% | 1,9% | 1,8% | 5,2% |
| Centro Comercial | 0,8% | 0,0% | 0,8% | 1,1% | 0,4% |
| Otros (especificar) | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | | | | | |

Base: 1.005 casos

Cruce por sexo

| P1B. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? MULT. SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| Tiendas especializadas-tiendas de barrio-ultramarinos | 42,7% | 41,1% | 43,4% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 79,7% | 76,4% | 81,1% |
| Galería Comercial | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 0,0% | 0,4% |
| Mercado Municipal | 15,6% | 12,1% | 17,1% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor) | 17,8% | 22,9% | 15,7% |
| Corte Inglés | 2,6% | 2,4% | 2,7% |
| Centro Comercial | 0,8% | 1,3% | 0,6% |
| Otros (especificar) | 0,2% | 0,3% | 0,1% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

| P1B_OTROS. Valor | Porcent aje |
|------------------|---------------|
| - | 99,8% |
| INTERNET | 0,2% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1B. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? MULT. SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|-------|------------|-------|------------|-------|-------|
| Tiendas especializadas-tiendas de barrio-ultramarcos | 42,7% | 76,2% | 36,8% | 40,5% | 46,9% | 37,3% | 57,4% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 79,7% | 66,7% | 84,1% | 79,7% | 76,0% | 83,8% | 75,9% |
| Galería Comercial | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 1,9% |
| Mercado Municipal | 15,6% | 14,3% | 16,4% | 16,1% | 15,5% | 16,2% | 9,3% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor) | 17,8% | 9,5% | 14,4% | 19,3% | 23,6% | 12,0% | 11,1% |
| Corte Inglés | 2,6% | 4,8% | 0,5% | 1,6% | 3,0% | 7,7% | 0,0% |
| Centro Comercial | 0,8% | 0,0% | 0,5% | 0,6% | 0,7% | 2,1% | 0,0% |
| Otros (especificar) | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Cruce por zona de residencia

| P1B. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de alimentación, droguería e higiene para el hogar? MULT. SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdepartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------|---|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Tiendas especializadas-tiendas de barrio- ultramarcos | 42,7% | 52,9% | 41,3% | 45,9% | 33,3% | 42,3% | 55,7% | 56,1% | 29,8% | 46,0% | 38,2% | 46,7% | 37,5% | 39,6% | 23,5% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 79,7% | 80,9% | 77,5% | 85,5% | 82,1% | 82,5% | 77,1% | 80,5% | 59,6% | 76,0% | 66,3% | 83,3% | 83,3% | 86,8% | 82,4% |
| Galería Comercial | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 5,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 15,6% | 36,8% | 20,0% | 19,5% | 15,4% | 13,4% | 31,4% | 22,0% | 6,4% | 8,0% | 5,6% | 3,3% | 18,8% | 4,7% | 13,7% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor) | 17,8% | 10,3% | 7,5% | 11,9% | 2,6% | 17,5% | 12,9% | 12,2% | 44,7% | 16,0% | 43,8% | 18,3% | 12,5% | 12,3% | 33,3% |
| Corte Inglés | 2,6% | 5,9% | 11,3% | 1,9% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 2,0% | 2,2% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 3,9% |
| Centro Comercial | 0,8% | 0,0% | 1,3% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 2,1% | 2,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros (especificar) | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1C_1. Ud. me ha dicho que compra alimentación y droguería habitualmente en Estos establecimientos, ¿Se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Mi zona o barrio | 98,5% | 96,6% | 99,1% | 98,3% | 98,8% |
| Otra zona o barrio | 8,1% | 11,9% | 8,9% | 9,2% | 4,6% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (¿Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,8% |
| TOTAL | | | | | |

Base: 1.005 casos

Cruce por sexo

| P1C_1. Ud. me ha dicho que compra alimentación y droguería habitualmente en Estos establecimientos, ¿Se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| Mi zona o barrio | 98,5% | 98,1% | 98,6% |
| Otra zona o barrio | 8,1% | 10,2% | 7,3% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (¿Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,4% | 0,5% |

Base: 1.005 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P1C_1. Ud. me ha dicho que compra alimentación y droguería habitualmente en Estos establecimientos, ¿Se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad?

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|------------|-------|------------|-------|--------|
| Mi zona o barrio | 98,5% | 95,0% | 99,5% | 99,0% | 97,1% | 98,5% | 100,0% |
| Otra zona o barrio | 8,1% | 10,0% | 7,9% | 5,8% | 9,9% | 10,6% | 5,8% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (¿Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 5,0% | 0,5% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Cruce por zona de residencia

P1C_1. Ud. me ha dicho que compra alimentación y droguería habitualmente en Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad?

MULT. SUGERIDA

| | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (Santa Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 98,5% | 98,4% | 100,0% | 99,3% | 97,2% | 98,9% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 95,7% | 95,8% | 98,2% | 95,6% | 100,0% | 95,7% |
| Otra zona o barrio | 8,1% | 11,1% | 5,5% | 4,6% | 13,9% | 3,3% | 4,4% | 2,6% | 15,2% | 6,4% | 9,9% | 12,3% | 20,0% | 6,6% | 14,9% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (¿Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1C_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 5,4% | 9,1% |
| 2. Centro | 25,3% | 42,9% | 25,0% | 18,9% | 36,4% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 21,3% | 28,6% | 25,0% | 21,6% | 9,1% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 1,3% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 2,7% | 14,3% | 0,0% | 2,7% | 0,0% |
| 7. Almozara | 8,0% | 0,0% | 10,0% | 8,1% | 9,1% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 12,0% | 0,0% | 15,0% | 10,8% | 18,2% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,0% | 14,3% | 10,0% | 8,1% | 0,0% |
| 10. Actur | 18,7% | 28,6% | 20,0% | 21,6% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 2,7% | 0,0% | 5,0% | 2,7% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,1% |
| 13. Arrabal | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 8,1% | 9,1% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,3% | 0,0% | 5,0% | 8,1% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 2,7% | 0,0% | 5,0% | 2,7% | 0,0% |

Base: 82 casos

Cruce por sexo

| P1C_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------|--------------|
| 1. Casco histórico | 4,0% | 0,0% | 6,3% |
| 2. Centro | 25,3% | 14,8% | 31,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 21,3% | 37,0% | 12,5% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 1,3% | 0,0% | 2,1% |
| 6. Las Fuentes | 2,7% | 0,0% | 4,2% |
| 7. Almozara | 8,0% | 7,4% | 8,3% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 12,0% | 14,8% | 10,4% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,0% | 11,1% | 6,3% |
| 10. Actur | 18,7% | 18,5% | 18,8% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 2,7% | 0,0% | 4,2% |
| 12. Romareda | 1,3% | 0,0% | 2,1% |
| 13. Arrabal | 5,3% | 11,1% | 2,1% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,3% | 7,4% | 4,2% |
| 15. Otros barrios | 2,7% | 0,0% | 4,2% |

Base: 82 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P1C_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA)

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|-------|------------|-------|------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 4,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 25,3% | 50,0% | 26,7% | 29,4% | 12,5% | 42,9% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 21,3% | 0,0% | 33,3% | 23,5% | 12,5% | 21,4% | 33,3% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 1,3% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 2,7% | 0,0% | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 8,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 66,7% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 12,0% | 0,0% | 6,7% | 17,6% | 8,3% | 14,3% | 33,3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 66,7% |
| 10. Actur | 18,7% | 50,0% | 20,0% | 35,3% | 12,5% | 7,1% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 2,7% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 4,2% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 5,3% | 0,0% | 13,3% | 0,0% | 4,2% | 7,1% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 4,2% | 14,3% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 2,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% |

Base: 82 casos

Cruce por zona de residencia

P1C_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA)

| | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver - Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-------------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 25,3% | 57,1% | 0,0% | 14,3% | 40,0% | 33,3% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 28,6% | 57,1% | 11,1% | 14,3% | 14,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 21,3% | 28,6% | 25,0% | 0,0% | 40,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 80,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 28,6% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 2,7% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| 7. Almozara | 8,0% | 28,6% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 12,0% | 14,3% | 0,0% | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 44,4% | 0,0% | 28,6% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 14,3% | 14,3% |
| 10. Actur | 18,7% | 14,3% | 25,0% | 14,3% | 0,0% | 33,3% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 28,6% | 0,0% | 71,4% | 14,3% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 2,7% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% |
| 13. Arrabal | 5,3% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 2,7% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 82 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1D_1. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Mercado Municipal Lanuza (centro) | 24,4% | 0,0% | 28,6% | 22,5% | 27,5% |
| Mercado Municipal San Vicente de Paul (centro) | 4,5% | 0,0% | 4,8% | 2,5% | 7,8% |
| M. Paseo Teruel | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 7,8% |
| M. Arzobispo Domech | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 2,0% |
| M. Ebro | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% |
| M. San Francisco | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% |
| M. Delicias | 17,9% | 25,0% | 9,5% | 21,3% | 15,7% |
| M. Las Fuentes | 13,5% | 0,0% | 14,3% | 12,5% | 15,7% |
| M. Puerta Sancho | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 7,8% |
| M. Paris | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% |
| M. Antonia Leiva | 1,9% | 0,0% | 4,8% | 2,5% | 0,0% |
| M. San Miguel | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% |
| M. Cuellar | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Casablanca | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% |
| M. Hernan Cortes | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 5,9% |
| Otro | 12,8% | 25,0% | 14,3% | 16,3% | 5,9% |
| M. Valdespartera | 5,1% | 25,0% | 14,3% | 5,0% | 0,0% |
| M. Caspe | 3,8% | 25,0% | 9,5% | 2,5% | 2,0% |
| M. Altabas | 2,6% | 0,0% | 4,8% | 2,5% | 2,0% |

Base: 157 casos

Cruce por sexo

| P1D_1. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------|-------|
| Mercado Municipal Lanuza (centro) | 24,4% | 28,6% | 23,1% |
| Mercado Municipal San Vicente de Paul (centro) | 4,5% | 2,9% | 5,0% |
| M. Paseo Teruel | 3,2% | 2,9% | 3,3% |
| M. Arzobispo Domech | 2,6% | 2,9% | 2,5% |
| M. Ebro | 0,6% | 0,0% | 0,8% |
| M. San Francisco | 0,6% | 0,0% | 0,8% |
| M. Delicias | 17,9% | 5,7% | 21,5% |
| M. Las Fuentes | 13,5% | 20,0% | 11,6% |
| M. Puerta Sancho | 4,5% | 2,9% | 5,0% |
| M. Paris | 0,6% | 2,9% | 0,0% |
| M. Antonia Leiva | 1,9% | 2,9% | 1,7% |
| M. San Miguel | 0,6% | 0,0% | 0,8% |
| M. Cuellar | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Casablanca | 0,6% | 2,9% | 0,0% |
| M. Hernan Cortes | 4,5% | 5,7% | 4,1% |
| Otro | 12,8% | 8,6% | 14,0% |
| M. Valdespartera | 5,1% | 11,4% | 3,3% |
| M. Caspe | 3,8% | 2,9% | 4,1% |
| M. Altabas | 2,6% | 0,0% | 3,3% |

Base: 157 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1D_1. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|--------------|-------|------------|-------|-------|
| Mercado Municipal Lanuza | 24,4% | 33,3% | 27,3% | 20,0% | 26,2% | 17,4% | 60,0% |
| Mercado Municipal San Vic. Paul | 4,5% | 33,3% | 3,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 60,0% |
| M. Paseo Teruel | 3,2% | 33,3% | 0,0% | 2,0% | 2,4% | 8,7% | 0,0% |
| M. Arzobispo Domech | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 2,4% | 4,3% | 0,0% |
| M. Ebro | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. San Francisco | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Delicias | 17,9% | 0,0% | 24,2% | 18,0% | 16,7% | 17,4% | 0,0% |
| M. Las Fuentes | 13,5% | 0,0% | 18,2% | 18,0% | 11,9% | 4,3% | 0,0% |
| M. Puerta Sancho | 4,5% | 0,0% | 6,1% | 4,0% | 4,8% | 4,3% | 0,0% |
| M. Paris | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 0,0% |
| M. Antonia Leiva | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 2,4% | 0,0% | 0,0% |
| M. San Miguel | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% |
| M. Cuellar | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Casablanca | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 0,0% |
| M. Hernan Cortes | 4,5% | 0,0% | 3,0% | 4,0% | 2,4% | 13,0% | 0,0% |
| Otro | 12,8% | 0,0% | 18,2% | 14,0% | 11,9% | 8,7% | 0,0% |
| M. Valdespartera | 5,1% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 9,5% | 13,0% | 0,0% |
| M. Caspe | 3,8% | 0,0% | 3,0% | 8,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% |
| M. Altabas | 2,6% | 0,0% | 3,0% | 2,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |

Base: 157 casos

Cruce por zona de residencia

| P1D_1. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierr o | 9. Torrero -Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|------------------------|----------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|---------------------|-------------------|
| Mercado Municipal Lanuza | 24,4% | 72,0% | 18,8% | 10,0% | 33,3% | 15,4% | 4,5% | 22,2% | 0,0% | 50,0% | 40,0% | 50,0% | 11,1% | 20,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal San Vic. Paul | 4,5% | 16,0% | 0,0% | 3,3% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Paseo Teruel | 3,2% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% |
| M. Arzobispo Domech | 2,6% | 0,0% | 18,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Ebro | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. San Francisco | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Delicias | 17,9% | 0,0% | 6,3% | 76,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% |
| M. Las Fuentes | 13,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 38,5% | 63,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 20,0% | 0,0% |
| M. Puerta Sancho | 4,5% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Paris | 0,6% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Antonia Leiva | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. San Miguel | 0,6% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Cuellar | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Casablanca | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% |
| M. Hernan Cortes | 4,5% | 0,0% | 31,3% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 12,8% | 0,0% | 6,3% | 16,7% | 16,7% | 38,5% | 9,1% | 11,1% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% |
| M. Valdespartera | 5,1% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 71,4% |
| M. Caspe | 3,8% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 18,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Altabas | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 60,0% | 0,0% |

Base: 157 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1D_1_ZONA_1. Zona | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 27,6% | 0,0% | 28,6% | 25,0% | 33,3% |
| 2. Centro | 10,3% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 15,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 19,9% | 25,0% | 14,3% | 22,5% | 17,6% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 3,2% | 0,0% | 9,5% | 1,3% | 3,9% |
| 5. San José | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 19,9% | 25,0% | 23,8% | 20,0% | 17,6% |
| 7. Almozara | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 7,8% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,6% | 25,0% | 4,8% | 2,5% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 1,9% | 25,0% | 0,0% | 1,3% | 2,0% |
| 10. Actur | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 2,6% | 0,0% | 4,8% | 2,5% | 2,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,1% | 0,0% | 14,3% | 6,3% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 157 casos

Cruce por sexo

| P1D_1_ZONA_1. Zona | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 27,6% | 28,6% | 27,3% |
| 2. Centro | 10,3% | 14,3% | 9,1% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 19,9% | 5,7% | 24,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 3,2% | 0,0% | 4,1% |
| 5. San José | 2,6% | 2,9% | 2,5% |
| 6. Las Fuentes | 19,9% | 22,9% | 19,0% |
| 7. Almozara | 4,5% | 2,9% | 5,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,6% | 5,7% | 1,7% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 1,9% | 2,9% | 1,7% |
| 10. Actur | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,3% | 2,9% | 0,8% |
| 13. Arrabal | 2,6% | 0,0% | 3,3% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,1% | 11,4% | 3,3% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 157 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1D_1_ZONA_1. Zona | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|-------|------------|-------|------------|-------|--------|
| 2. Centro | 27,6% | 66,7% | 27,3% | 24,0% | 26,2% | 17,4% | 100,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 10,3% | 33,3% | 3,0% | 6,0% | 9,5% | 30,4% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 19,9% | 0,0% | 27,3% | 20,0% | 19,0% | 17,4% | 0,0% |
| 5. San José | 3,2% | 0,0% | 3,0% | 6,0% | 2,4% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 2,4% | 4,3% | 0,0% |
| 7. Almozara | 19,9% | 0,0% | 27,3% | 28,0% | 14,3% | 8,7% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 4,5% | 0,0% | 6,1% | 4,0% | 4,8% | 4,3% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 1,9% | 0,0% | 3,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,4% | 4,3% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 2,6% | 0,0% | 3,0% | 2,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,1% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 9,5% | 13,0% | 0,0% |

Base: 157 casos

Cruce por zona de residencia

| P1D_1_ZONA_1. Zona | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 27,6% | 84,0% | 18,8% | 13,3% | 33,3% | 15,4% | 4,5% | 22,2% | 0,0% | 50,0% | 40,0% | 100,0% | 11,1% | 20,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 10,3% | 4,0% | 68,8% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 19,9% | 0,0% | 6,3% | 83,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 44,4% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 3,2% | 0,0% | 6,3% | 6,7% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 30,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 19,9% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 53,8% | 95,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 20,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 4,5% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 22,2% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 60,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 5,1% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 71,4% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 157 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1D_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 17,8% | 11,1% | 13,5% | 18,9% | 30,4% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% | 0,0% | 4,1% | 0,0% | 13,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver- Valdefierro) | 26,7% | 0,0% | 32,4% | 29,7% | 8,7% |
| Carrefour (Actur) | 32,8% | 44,4% | 29,7% | 29,7% | 47,8% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 14,4% | 33,3% | 17,6% | 13,5% | 0,0% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 20,6% | 11,1% | 18,9% | 23,0% | 21,7% |
| Hiperacor (C.C Puerto Venecia) | 6,7% | 11,1% | 12,2% | 2,7% | 0,0% |
| Otro | 1,1% | 0,0% | 1,4% | 1,4% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 2,7% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por sexo

| P1D_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------|--------------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 17,8% | 14,7% | 19,6% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% | 2,9% | 3,6% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 26,7% | 26,5% | 26,8% |
| Carrefour (Actur) | 32,8% | 35,3% | 31,3% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 14,4% | 19,1% | 11,6% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 20,6% | 16,2% | 23,2% |
| Hiperacor (C.C Puerto Venecia) | 6,7% | 4,4% | 8,0% |
| Otro | 1,1% | 2,9% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 1,8% |

Base: 179 casos

| P1D_2_OTRO. Valor | Porcentaje |
|----------------------------------|---------------|
| - | 99,9% |
| CARREFOUR AVDA. NAVARRA (ZONA 3) | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1D_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|------------|-------|--------------|-------|-------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 17,8% | 0,0% | 30,0% | 19,7% | 14,1% | 5,9% | 16,7% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% | 0,0% | 3,3% | 4,9% | 1,6% | 5,9% | 0,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 26,7% | 50,0% | 36,7% | 21,3% | 25,0% | 29,4% | 33,3% |
| Carrefour (Actur) | 32,8% | 50,0% | 40,0% | 29,5% | 34,4% | 23,5% | 33,3% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 14,4% | 0,0% | 10,0% | 18,0% | 10,9% | 29,4% | 0,0% |
| Hipercor (C.C. Grancasa) (Actur) | 20,6% | 0,0% | 6,7% | 19,7% | 26,6% | 23,5% | 33,3% |
| Hipercor (C.C Puerto Venecia) | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 4,9% | 10,9% | 11,8% | 0,0% |
| Otro | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 5,9% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por zona de residencia

| P1D_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 17,8% | 0,0% | 16,7% | 15,8% | 100,0% | 76,5% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 27,3% | 33,3% | 7,7% | 5,9% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 9,1% | 16,7% | 7,7% | 5,9% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 26,7% | 14,3% | 16,7% | 21,1% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 100,0% | 12,5% | 2,6% | 0,0% | 66,7% | 7,7% | 70,6% |
| Carrefour (Actur) | 32,8% | 28,6% | 16,7% | 21,1% | 0,0% | 0,0% | 22,2% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 76,9% | 54,5% | 0,0% | 76,9% | 11,8% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 14,4% | 28,6% | 33,3% | 47,4% | 0,0% | 5,9% | 11,1% | 60,0% | 9,1% | 12,5% | 0,0% | 18,2% | 16,7% | 0,0% | 11,8% |
| Hipercor (C.C. Grancasa) (Actur) | 20,6% | 28,6% | 16,7% | 5,3% | 0,0% | 11,8% | 11,1% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 56,4% | 9,1% | 0,0% | 23,1% | 17,6% |
| Hipercor (C.C Puerto Venecia) | 6,7% | 14,3% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 11,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 37,5% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 17,6% |
| Otro | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1D_2_ZONA. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zona | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,0% | 33,3% | 17,6% | 14,9% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 17,8% | 11,1% | 13,5% | 18,9% | 30,4% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 26,7% | 0,0% | 32,4% | 29,7% | 8,7% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 6,7% | 11,1% | 12,2% | 2,7% | 0,0% |
| 10. Actur | 42,8% | 55,6% | 39,2% | 40,5% | 56,5% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,3% | 0,0% | 4,1% | 0,0% | 13,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 2,7% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por sexo

| P1D_2_ZONA. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zona | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,0% | 20,6% | 11,6% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 17,8% | 14,7% | 19,6% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 26,7% | 26,5% | 26,8% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 6,7% | 4,4% | 8,0% |
| 10. Actur | 42,8% | 45,6% | 41,1% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,3% | 2,9% | 3,6% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 1,8% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P1D_2_ZONA. ¿En qué

| Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zona | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,0% | 0,0% | 10,0% | 18,0% | 12,5% | 29,4% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 17,8% | 0,0% | 30,0% | 19,7% | 14,1% | 5,9% | 16,7% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 26,7% | 50,0% | 36,7% | 21,3% | 25,0% | 29,4% | 33,3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 4,9% | 10,9% | 11,8% | 0,0% |
| 10. Actur | 42,8% | 50,0% | 43,3% | 39,3% | 48,4% | 29,4% | 50,0% |
| 11. Periferia | 3,3% | 0,0% | 3,3% | 4,9% | 1,6% | 5,9% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 5,9% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por zona de residencia

P1D_2_ZONA. ¿En qué

| Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zona | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puert V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|---------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,0% | 28,6% | 33,3% | 47,4% | 0,0% | 11,8% | 11,1% | 60,0% | 9,1% | 12,5% | 0,0% | 18,2% | 16,7% | 0,0% | 11,8% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 17,8% | 0,0% | 16,7% | 15,8% | 100,0% | 76,5% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 27,3% | 33,3% | 7,7% | 5,9% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 26,7% | 14,3% | 16,7% | 21,1% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 100,0% | 12,5% | 2,6% | 0,0% | 66,7% | 7,7% | 70,6% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 6,7% | 14,3% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 11,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 37,5% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 17,6% |
| 10. Actur | 42,8% | 57,1% | 16,7% | 21,1% | 0,0% | 11,8% | 33,3% | 20,0% | 0,0% | 25,0% | 97,4% | 63,6% | 0,0% | 92,3% | 17,6% |
| 11. Periferia | 3,3% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 9,1% | 16,7% | 7,7% | 5,9% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1D_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 19,2% | 0,0% | 20,0% | 12,5% | 23,1% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 53,8% | 0,0% | 40,0% | 50,0% | 61,5% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 34,6% | 0,0% | 40,0% | 25,0% | 38,5% |
| El Corte Inglés (C.C Puerto Venecia) | 11,5% | 0,0% | 20,0% | 25,0% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 26 casos

Cruce por sexo

| P1D_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 19,2% | 42,9% | 10,5% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 53,8% | 57,1% | 52,6% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 34,6% | 28,6% | 36,8% |
| El Corte Inglés (C.C Puerto Venecia) | 11,5% | 0,0% | 15,8% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 26 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P1D_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|--------|------------|-------|------------|-------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 19,2% | 0,0% | 100,0% | 20,0% | 25,0% | 9,1% | 0,0% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 53,8% | 0,0% | 0,0% | 60,0% | 37,5% | 72,7% | 0,0% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 34,6% | 100,0% | 0,0% | 40,0% | 37,5% | 27,3% | 0,0% |
| El Corte Inglés (C.C Puerto Venecia) | 11,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 18,2% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 26 casos

Cruce por zona de residencia

| P1D_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puert V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Vald | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|---------------------|-------------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 19,2% | 0,0% | 11,1% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 53,8% | 0,0% | 66,7% | 100,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 34,6% | 100,0% | 33,3% | 33,3% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| El Corte Inglés (C.C Puerto Venecia) | 11,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 50,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 26 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1D_3_ZONA. ¿En qué Corte Ingles? MULTIPLE SUGERIDA ZONA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 76,9% | 0,0% | 60,0% | 62,5% | 92,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 11,5% | 0,0% | 20,0% | 25,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 19,2% | 0,0% | 20,0% | 12,5% | 23,1% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 26 casos

Cruce por sexo

| P1D_3_ZONA. ¿En qué Corte Ingles? MULTIPLE SUGERIDA ZONA | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 76,9% | 71,4% | 78,9% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 11,5% | 0,0% | 15,8% |
| 10. Actur | 19,2% | 42,9% | 10,5% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 26 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1D_3_ZONA. ¿En qué Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA ZONA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|---------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 76,9% | 100,0% | 0,0% | 80,0% | 75,0% | 81,8% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 11,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 18,2% | 0,0% |
| 10. Actur | 19,2% | 0,0% | 100,0% | 20,0% | 25,0% | 9,1% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 26 casos

Cruce por zona de residencia

| P1D_3_ZONA. ¿En qué Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA ZONA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puert V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|---------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 76,9% | 100,0% | 88,9% | 100,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 11,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 50,0% |
| 10. Actur | 19,2% | 0,0% | 11,1% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 26 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1D_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 57,1% | 0,0% | 50,0% | 50,0% | 100,0% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% |
| C.C. Puerto Venecia - Torrero | 14,3% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Auditorium (Sabeco) - Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 8 casos

Cruce por sexo

| P1D_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 57,1% | 75,0% | 33,3% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,3% | 0,0% | 33,3% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 14,3% | 0,0% | 33,3% |
| C.C. Puerto Venecia - Torrero | 14,3% | 25,0% | 0,0% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Auditorium (Sabeco) - Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 8 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1D_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|--------|------------|--------------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 57,1% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 50,0% | 33,3% | 0,0% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% |
| C.C. Puerto Venecia - Torrero | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Audiorama (Sabeco) - Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 8 casos

Cruce por zona de residencia

| P1D_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 57,1% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,3% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Puerto Venecia - Torrero | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Audiorama (Sabeco) - Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 8 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1D_4_ZONA. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA ZONA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 28,6% | 0,0% | 50,0% | 25,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 57,1% | 0,0% | 50,0% | 50,0% | 100,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 8 casos

Cruce por sexo

| P1D_4_ZONA. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA ZONA | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 14,3% | 0,0% | 33,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 28,6% | 25,0% | 33,3% |
| 10. Actur | 57,1% | 75,0% | 33,3% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 8 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1D_4_ZONA. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA ZONA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|--------|------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 33,3% | 0,0% |
| 10. Actur | 57,1% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 50,0% | 33,3% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 8 casos

Cruce por zona de residencia

| P1D_4_ZONA. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA ZONA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puert V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Vald | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|---------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 14,3% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 57,1% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 8 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1C_1. ¿Dónde compra?: Su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Mi zona o barrio | 59,5% | 41,7% | 55,9% | 63,7% | 58,8% |
| Otra zona o barrio | 48,3% | 58,3% | 52,7% | 45,2% | 47,5% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (¿Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por sexo

| P1C_1. ¿Dónde compra?: Su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| Mi zona o barrio | 59,5% | 52,0% | 62,9% |
| Otra zona o barrio | 48,3% | 56,9% | 44,5% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (¿Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1C_1. ¿Dónde compra?: Su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|--------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| Mi zona o barrio | 59,5% | 60,0% | 52,5% | 60,7% | 58,3% | 61,4% | 90,9% |
| Otra zona o barrio | 48,3% | 60,0% | 55,7% | 45,8% | 50,5% | 45,5% | 18,2% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (¿Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por zona de residencia

| P1C_1. ¿Dónde compra?: Su zona u otra (para hipermercados y otros) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid- Delicias | 4. Gran Vía- Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver- Valdefie rro | 9. Torrero- Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romare da | 13. Arrabal | 14. Casabla nca- Valdesp artera | 15. Otros barrios |
|---|-----------------------|-----------|-----------------------------------|---|-------------|-------------------|--------------------|----------------------------------|-------------------------------------|--------------|--|---------------------|----------------|---|-------------------------|
| Mi zona o barrio | 59,5% | 67,7% | 64,3% | 66,7% | 22,2% | 65,4% | 70,0% | 50,0% | 95,8% | 46,2% | 90,9% | 7,7% | 13,3% | 17,6% | 23,8% |
| Otra zona o barrio | 48,3% | 41,9% | 39,3% | 41,7% | 77,8% | 53,8% | 36,7% | 58,3% | 12,5% | 53,8% | 15,9% | 92,3% | 86,7% | 88,2% | 95,2% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (¿Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Mi zona o barrio | 96,3% | 95,2% | 95,3% | 95,9% | 98,4% |
| Otra zona o barrio | 20,0% | 21,0% | 21,8% | 20,0% | 17,7% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,4% |

Base: 179 casos

Cruce por sexo

| P1_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------|--------------|
| Mi zona o barrio | 96,3% | 94,9% | 96,9% |
| Otra zona o barrio | 20,0% | 24,0% | 18,3% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,3% | 0,3% |

Base: 179 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P1_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------|
| Mi zona o barrio | 96,3% | 95,2% | 98,0% | 97,1% | 93,3% | 96,5% | 100,0% |
| Otra zona o barrio | 20,0% | 19,0% | 20,9% | 17,8% | 23,7% | 20,6% | 9,3% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Ns/Nc | 0,3% | 4,8% | 0,5% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por zona de residencia

| P1_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puert V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Vald | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|---------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 96,3% | 97,1% | 95,0% | 98,1% | 92,3% | 97,9% | 98,6% | 95,1% | 100,0% | 96,0% | 96,6% | 93,3% | 89,6% | 100,0% | 88,2% |
| Otra zona o barrio | 20,0% | 26,5% | 16,3% | 14,6% | 28,2% | 15,6% | 17,1% | 17,1% | 12,8% | 16,0% | 13,6% | 26,7% | 35,4% | 17,9% | 45,1% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (Dónde?)) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| UNIRVAR_1_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 13,5% | 33,3% | 20,6% | 16,0% | 9,4% | 4,8% | 0,0% |
| 2. Centro | 9,8% | 66,7% | 0,0% | 8,0% | 9,4% | 23,8% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 14,1% | 0,0% | 14,7% | 12,0% | 11,3% | 28,6% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,8% | 0,0% | 2,9% | 2,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 11,7% | 0,0% | 14,7% | 16,0% | 9,4% | 4,8% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 6,1% | 0,0% | 5,9% | 10,0% | 5,7% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 2,5% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 50,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 17,2% | 0,0% | 14,7% | 12,0% | 22,6% | 23,8% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,6% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 15,1% | 19,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 26,4% | 0,0% | 32,4% | 28,0% | 24,5% | 19,0% | 50,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,1% | 0,0% | 2,9% | 6,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 4,8% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 4,8% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por zona de residencia

| UNIRVAR_1_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 13,5% | 0,0% | 27,3% | 19,0% | 28,6% | 13,3% | 9,1% | 25,0% | 0,0% | 28,6% | 28,6% | 16,7% | 7,7% | 6,7% | 0,0% |
| 2. Centro | 9,8% | 30,8% | 0,0% | 14,3% | 28,6% | 13,3% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 14,3% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 14,1% | 15,4% | 27,3% | 0,0% | 0,0% | 13,3% | 9,1% | 37,5% | 100,0% | 14,3% | 0,0% | 16,7% | 30,8% | 0,0% | 10,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,8% | 0,0% | 9,1% | 9,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 11,7% | 0,0% | 9,1% | 14,3% | 14,3% | 0,0% | 54,5% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 25,0% | 15,4% | 6,7% | 5,0% |
| 6. Las Fuentes | 6,1% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 46,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 6,7% | 0,0% |
| 7. Almozara | 2,5% | 7,7% | 0,0% | 4,8% | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 17,2% | 7,7% | 9,1% | 19,0% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 28,6% | 0,0% | 30,8% | 6,7% | 65,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,6% | 7,7% | 9,1% | 4,8% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 7,7% | 6,7% | 20,0% |
| 10. Actur | 26,4% | 30,8% | 9,1% | 28,6% | 0,0% | 13,3% | 36,4% | 12,5% | 0,0% | 42,9% | 0,0% | 58,3% | 0,0% | 80,0% | 15,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,1% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 6,7% | 5,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 1,8% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| UNIRVAR_1_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 13,5% | 0,0% | 4,0% | 14,7% | 26,3% |
| 2. Centro | 9,8% | 0,0% | 4,0% | 8,8% | 21,1% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 14,1% | 28,6% | 14,0% | 19,1% | 2,6% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,8% | 0,0% | 2,0% | 1,5% | 2,6% |
| 5. San José | 11,7% | 14,3% | 14,0% | 8,8% | 13,2% |
| 6. Las Fuentes | 6,1% | 0,0% | 4,0% | 5,9% | 10,5% |
| 7. Almozara | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 7,9% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 17,2% | 14,3% | 24,0% | 19,1% | 5,3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,6% | 0,0% | 16,0% | 7,4% | 2,6% |
| 10. Actur | 26,4% | 57,1% | 34,0% | 23,5% | 15,8% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,1% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 7,9% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 1,8% | 0,0% | 2,0% | 2,9% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 2,9% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por sexo

| UNIRVAR_1_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 13,5% | 10,3% | 15,2% |
| 2. Centro | 9,8% | 8,6% | 10,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 14,1% | 15,5% | 13,3% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,8% | 0,0% | 2,9% |
| 5. San José | 11,7% | 10,3% | 12,4% |
| 6. Las Fuentes | 6,1% | 5,2% | 6,7% |
| 7. Almozara | 2,5% | 0,0% | 3,8% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 17,2% | 24,1% | 13,3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,6% | 5,2% | 10,5% |
| 10. Actur | 26,4% | 34,5% | 21,9% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,1% | 3,4% | 2,9% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 1,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 1,8% | 3,4% | 1,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,2% | 0,0% | 1,9% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| UNIRVAR_1_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 13,5% | 33,3% | 20,6% | 16,0% | 9,4% | 4,8% | 0,0% |
| 2. Centro | 9,8% | 66,7% | 0,0% | 8,0% | 9,4% | 23,8% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 14,1% | 0,0% | 14,7% | 12,0% | 11,3% | 28,6% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,8% | 0,0% | 2,9% | 2,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 11,7% | 0,0% | 14,7% | 16,0% | 9,4% | 4,8% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 6,1% | 0,0% | 5,9% | 10,0% | 5,7% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 2,5% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 50,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 17,2% | 0,0% | 14,7% | 12,0% | 22,6% | 23,8% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,6% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 15,1% | 19,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 26,4% | 0,0% | 32,4% | 28,0% | 24,5% | 19,0% | 50,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,1% | 0,0% | 2,9% | 6,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 4,8% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 4,8% | 0,0% |

Base: 179 casos

Cruce por zona de residencia

| UNIRVAR_1_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 13,5% | 0,0% | 27,3% | 19,0% | 28,6% | 13,3% | 9,1% | 25,0% | 0,0% | 28,6% | 28,6% | 16,7% | 7,7% | 6,7% | 0,0% |
| 2. Centro | 9,8% | 30,8% | 0,0% | 14,3% | 28,6% | 13,3% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 14,3% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 14,1% | 15,4% | 27,3% | 0,0% | 0,0% | 13,3% | 9,1% | 37,5% | 100,0% | 14,3% | 0,0% | 16,7% | 30,8% | 0,0% | 10,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,8% | 0,0% | 9,1% | 9,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 11,7% | 0,0% | 9,1% | 14,3% | 14,3% | 0,0% | 54,5% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 25,0% | 15,4% | 6,7% | 5,0% |
| 6. Las Fuentes | 6,1% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 46,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 6,7% | 0,0% |
| 7. Almozara | 2,5% | 7,7% | 0,0% | 4,8% | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 17,2% | 7,7% | 9,1% | 19,0% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 28,6% | 0,0% | 30,8% | 6,7% | 65,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 8,6% | 7,7% | 9,1% | 4,8% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 7,7% | 6,7% | 20,0% |
| 10. Actur | 26,4% | 30,8% | 9,1% | 28,6% | 0,0% | 13,3% | 36,4% | 12,5% | 0,0% | 42,9% | 0,0% | 58,3% | 0,0% | 80,0% | 15,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,1% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 6,7% | 5,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 1,8% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 179 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 11,8% | 0,0% | 3,5% | 13,5% | 22,7% |
| 2. Centro | 16,7% | 23,1% | 10,5% | 14,6% | 27,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,3% | 23,1% | 17,5% | 18,0% | 4,5% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,5% | 0,0% | 1,8% | 1,1% | 2,3% |
| 5. San José | 9,9% | 15,4% | 12,3% | 6,7% | 11,4% |
| 6. Las Fuentes | 5,9% | 7,7% | 3,5% | 5,6% | 9,1% |
| 7. Almozara | 4,9% | 0,0% | 3,5% | 4,5% | 9,1% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 14,8% | 7,7% | 22,8% | 14,6% | 6,8% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 9,4% | 7,7% | 15,8% | 9,0% | 2,3% |
| 10. Actur | 24,6% | 38,5% | 31,6% | 23,6% | 13,6% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,0% | 0,0% | 3,5% | 1,1% | 6,8% |
| 12. Romareda | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% |
| 13. Arrabal | 2,5% | 0,0% | 1,8% | 3,4% | 2,3% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 3,0% | 0,0% | 1,8% | 5,6% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 1,0% | 0,0% | 1,8% | 1,1% | 0,0% |
| NS/NC | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Cruce por sexo

| P1_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 11,8% | 8,5% | 13,6% |
| 2. Centro | 16,7% | 12,7% | 18,9% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,3% | 19,7% | 12,9% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,5% | 0,0% | 2,3% |
| 5. San José | 9,9% | 8,5% | 10,6% |
| 6. Las Fuentes | 5,9% | 4,2% | 6,8% |
| 7. Almozara | 4,9% | 2,8% | 6,1% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 14,8% | 22,5% | 10,6% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 9,4% | 7,0% | 10,6% |
| 10. Actur | 24,6% | 29,6% | 22,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,0% | 2,8% | 3,0% |
| 12. Romareda | 0,5% | 0,0% | 0,8% |
| 13. Arrabal | 2,5% | 4,2% | 1,5% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 3,0% | 5,6% | 1,5% |
| 15. Otros barrios | 1,0% | 0,0% | 1,5% |
| NS/NC | 1,0% | 0,0% | 1,5% |

Base: 1.005 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P1_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 11,8% | 25,0% | 16,7% | 14,0% | 10,8% | 3,3% | 0,0% |
| 2. Centro | 16,7% | 75,0% | 9,5% | 14,0% | 12,3% | 36,7% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,3% | 0,0% | 19,0% | 14,0% | 10,8% | 23,3% | 20,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,5% | 0,0% | 2,4% | 1,8% | 1,5% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 9,9% | 0,0% | 14,3% | 14,0% | 7,7% | 3,3% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 5,9% | 0,0% | 9,5% | 8,8% | 4,6% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 4,9% | 0,0% | 7,1% | 0,0% | 6,2% | 0,0% | 60,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 14,8% | 0,0% | 11,9% | 12,3% | 18,5% | 16,7% | 20,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 9,4% | 0,0% | 0,0% | 3,5% | 16,9% | 13,3% | 40,0% |
| 10. Actur | 24,6% | 25,0% | 31,0% | 28,1% | 21,5% | 16,7% | 20,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,0% | 0,0% | 2,4% | 7,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 2,5% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 3,1% | 3,3% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 3,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 4,6% | 6,7% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 3,3% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Cruce por zona de residencia

| P1_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 11,8% | 0,0% | 23,1% | 16,7% | 18,2% | 12,5% | 8,3% | 25,0% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 12,5% | 5,9% | 5,3% | 0,0% |
| 2. Centro | 16,7% | 44,4% | 0,0% | 12,5% | 36,4% | 18,8% | 16,7% | 12,5% | 0,0% | 12,5% | 25,0% | 25,0% | 5,9% | 5,3% | 13,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 15,3% | 16,7% | 23,1% | 0,0% | 18,2% | 12,5% | 8,3% | 37,5% | 83,3% | 12,5% | 0,0% | 12,5% | 29,4% | 0,0% | 17,4% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,5% | 0,0% | 7,7% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 9,9% | 0,0% | 7,7% | 12,5% | 9,1% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 18,8% | 11,8% | 10,5% | 4,3% |
| 6. Las Fuentes | 5,9% | 11,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 43,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 10,5% | 0,0% |
| 7. Almozara | 4,9% | 16,7% | 0,0% | 8,3% | 18,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 14,8% | 5,6% | 7,7% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 16,7% | 0,0% | 35,3% | 5,3% | 56,5% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 9,4% | 5,6% | 7,7% | 8,3% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 11,8% | 10,5% | 21,7% |
| 10. Actur | 24,6% | 27,8% | 15,4% | 25,0% | 0,0% | 18,8% | 33,3% | 12,5% | 0,0% | 37,5% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 73,7% | 17,4% |
| 11. Periferia | 3,0% | 0,0% | 15,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 5,3% | 4,3% |
| 12. Romareda | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,3% |
| 13. Arrabal | 2,5% | 0,0% | 15,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 6,3% | 5,9% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 3,0% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 8,3% | 0,0% | 17,6% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P1E. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de alimentación, droguería e higiene del hogar? | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Andando | 83,7% | 82,3% | 77,2% | 83,7% | 90,8% |
| En coche | 25,6% | 30,6% | 38,2% | 26,4% | 9,6% |
| En autobús | 2,5% | 1,6% | 3,1% | 1,8% | 3,2% |
| En tren | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,8% |
| En moto | 0,3% | 0,0% | 0,8% | 0,2% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,2% | 1,6% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Taxi | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 2,0% |
| Otro | 0,6% | 0,0% | 0,4% | 0,5% | 1,2% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Cruce por sexo

| P1E. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de alimentación, droguería e higiene del hogar? | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| Andando | 83,7% | 79,5% | 85,5% |
| En coche | 25,6% | 35,0% | 21,6% |
| En autobús | 2,5% | 1,0% | 3,1% |
| En tren | 0,2% | 0,0% | 0,3% |
| En moto | 0,3% | 0,3% | 0,3% |
| En bicicleta | 0,2% | 0,3% | 0,1% |
| Taxi | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 0,7% | 0,7% | 0,7% |
| Otro | 0,6% | 0,7% | 0,6% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

| P1E_OTRO. Valor | Porcentaje |
|----------------------|---------------|
| - | 99,4% |
| INTERNET | 0,2% |
| SERVICIO A DOMICILIO | 0,4% |
| | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P1E. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de alimentación, droguería e higiene del hogar?

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------|-------|--------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| Andando | 83,7% | 95,2% | 90,5% | 82,9% | 81,2% | 75,4% | 92,6% |
| En coche | 25,6% | 14,3% | 17,9% | 25,0% | 30,6% | 33,1% | 16,7% |
| En autobús | 2,5% | 4,8% | 3,5% | 2,8% | 1,5% | 1,4% | 3,7% |
| En tren | 0,2% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% |
| En moto | 0,3% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,0% | 0,7% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,7% | 0,0% |
| Taxi | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 0,7% | 0,0% | 1,0% | 1,3% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 0,6% | 0,0% | 1,0% | 0,6% | 0,4% | 0,0% | 1,9% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Cruce por zona de residencia

P1E. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de alimentación, droguería e higiene del hogar?

| | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|--------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Andando | 83,7% | 95,6% | 96,3% | 91,2% | 89,7% | 93,8% | 94,3% | 92,7% | 76,6% | 82,0% | 71,9% | 63,3% | 72,9% | 81,1% | 47,1% |
| En coche | 25,6% | 8,8% | 8,8% | 16,4% | 5,1% | 7,2% | 7,1% | 7,3% | 44,7% | 28,0% | 41,6% | 70,0% | 33,3% | 32,1% | 72,5% |
| En autobús | 2,5% | 5,9% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 4,0% | 3,4% | 6,7% | 4,2% | 2,8% | 2,0% |
| En tren | 0,2% | 1,5% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| En moto | 0,3% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Taxi | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 0,7% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 2,1% | 0,9% | 2,0% |
| Otro | 0,6% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 2,6% | 1,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.005 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P1F_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación y droguería en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Cercanía/proximidad | 79,2% | 78,9% | 76,8% | 79,3% | 81,2% | 81,3% | 78,3% |
| Mejores precios | 31,5% | 38,6% | 27,7% | 34,8% | 27,8% | 30,0% | 32,2% |
| Mayor calidad | 27,7% | 22,8% | 25,5% | 31,1% | 25,2% | 21,4% | 30,2% |
| Mayor variedad/surtido producto | 17,6% | 10,5% | 15,5% | 18,4% | 20,1% | 16,7% | 18,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,4% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,9% | 0,4% | 0,5% |
| Horarios | 1,7% | 3,5% | 2,7% | 1,3% | 0,9% | 3,1% | 1,1% |
| Costumbre | 17,9% | 1,8% | 14,1% | 16,2% | 28,2% | 14,4% | 19,2% |
| Confianza | 18,2% | 5,3% | 11,8% | 18,2% | 27,4% | 14,4% | 19,7% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,4% | 0,0% | 0,9% | 1,3% | 2,6% | 2,3% | 1,1% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,4% | 0,4% | 0,3% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,8% | 0,0% | 1,8% | 0,3% | 0,9% | 1,2% | 0,6% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,0% | 3,5% | 1,8% | 0,3% | 0,9% | 1,6% | 0,8% |
| Tengo familiares allí | 0,2% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,0% | 0,4% | 0,2% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,2% |
| Variedad de tiendas/oferta | 1,7% | 3,5% | 2,7% | 1,0% | 1,3% | 1,6% | 1,7% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,9% | 0,0% | 1,4% | 1,0% | 0,4% | 1,9% | 0,5% |
| Otros motivos | 1,2% | 0,0% | 0,9% | 0,8% | 2,6% | 0,4% | 1,5% |
| Atención al cliente | 1,8% | 0,0% | 0,9% | 3,0% | 0,9% | 0,8% | 2,2% |
| NS/NC | 0,4% | 1,8% | 0,0% | 0,5% | 0,4% | 0,8% | 0,3% |

Base: 965 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P1F_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación y droguería en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| Cercanía/proximidad | 79,2% | 78,9% | 76,2% | 80,1% | 78,4% | 80,6% | 84,6% |
| Mejores precios | 31,5% | 31,6% | 38,6% | 27,6% | 31,0% | 30,2% | 32,7% |
| Mayor calidad | 27,7% | 21,1% | 25,9% | 23,4% | 30,6% | 38,0% | 21,2% |
| Mayor variedad/surtido producto | 17,6% | 26,3% | 19,6% | 17,8% | 17,7% | 15,5% | 11,5% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,4% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,4% | 0,8% | 0,0% |
| Horarios | 1,7% | 0,0% | 0,5% | 2,4% | 1,7% | 1,6% | 1,9% |
| Costumbre | 17,9% | 31,6% | 16,4% | 21,3% | 16,4% | 12,4% | 19,2% |
| Confianza | 18,2% | 31,6% | 16,9% | 18,2% | 19,0% | 20,2% | 9,6% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,4% | 5,3% | 2,6% | 1,4% | 0,4% | 0,8% | 1,9% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,8% | 0,0% | 0,5% | 1,0% | 0,4% | 1,6% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,0% | 0,0% | 0,5% | 1,7% | 0,4% | 1,6% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,2% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 1,7% | 0,0% | 1,1% | 1,4% | 2,6% | 2,3% | 0,0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 1,7% | 1,6% | 0,0% |
| Otros motivos | 1,2% | 0,0% | 1,1% | 1,7% | 1,3% | 0,8% | 0,0% |
| Atención al cliente | 1,8% | 0,0% | 1,6% | 2,1% | 2,2% | 1,6% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |

Base: 965 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

| P1F_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación y droguería en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Cercanía/proximidad | 79,2% | 82,3% | 87,5% | 84,0% | 80,0% | 77,8% | 80,6% | 84,6% | 75,0% | 73,3% | 64,2% | 64,3% | 85,7% | 83,0% | 75,0% |
| Mejores precios | 31,5% | 33,9% | 16,7% | 29,3% | 28,6% | 33,3% | 37,3% | 33,3% | 34,4% | 31,1% | 43,3% | 33,9% | 21,4% | 30,2% | 38,6% |
| Mayor calidad | 27,7% | 33,9% | 31,9% | 25,3% | 25,7% | 26,7% | 40,3% | 33,3% | 12,5% | 24,4% | 29,9% | 35,7% | 21,4% | 21,7% | 20,5% |
| Mayor variedad/surtido producto | 17,6% | 19,4% | 13,9% | 23,3% | 20,0% | 18,9% | 25,4% | 12,8% | 12,5% | 6,7% | 16,4% | 25,0% | 7,1% | 14,2% | 15,9% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,4% | 0,0% | 1,4% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 1,7% | 3,2% | 2,8% | 0,7% | 0,0% | 1,1% | 1,5% | 2,6% | 3,1% | 2,2% | 1,5% | 1,8% | 0,0% | 2,8% | 0,0% |
| Costumbre | 17,9% | 22,6% | 13,9% | 17,3% | 25,7% | 17,8% | 17,9% | 30,8% | 18,8% | 26,7% | 11,9% | 17,9% | 14,3% | 14,2% | 13,6% |
| Confianza | 18,2% | 29,0% | 22,2% | 18,0% | 14,3% | 18,9% | 26,9% | 15,4% | 15,6% | 17,8% | 11,9% | 19,6% | 14,3% | 14,2% | 11,4% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,4% | 3,2% | 1,4% | 1,3% | 2,9% | 0,0% | 3,0% | 2,6% | 3,1% | 2,2% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 3,0% | 1,8% | 2,4% | 0,0% | 2,3% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 1,5% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 0,0% | 2,8% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,1% | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 1,7% | 3,2% | 4,2% | 0,7% | 5,7% | 1,1% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 1,8% | 2,4% | 0,9% | 2,3% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,9% | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 2,2% | 0,0% | 5,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 1,2% | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 1,5% | 0,0% | 2,4% | 0,9% | 0,0% |
| Atención al cliente | 1,8% | 0,0% | 4,2% | 2,0% | 2,9% | 1,1% | 3,0% | 2,6% | 3,1% | 0,0% | 1,5% | 5,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 2,3% |

Base: 965 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P1F_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación y droguería en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Comodidad | 42,7% | 22,2% | 47,0% | 37,4% | 52,6% | 45,1% | 41,5% |
| Mejores precios | 33,5% | 44,4% | 28,0% | 36,1% | 32,9% | 33,6% | 33,5% |
| Mayor calidad | 25,8% | 22,2% | 15,0% | 30,3% | 31,6% | 23,9% | 26,7% |
| Mayor variedad/surtido producto | 38,7% | 22,2% | 37,0% | 41,3% | 39,5% | 42,5% | 36,9% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,7% | 5,6% | 1,0% | 1,9% | 1,3% | 2,7% | 1,3% |
| Horarios | 3,2% | 0,0% | 4,0% | 2,6% | 3,9% | 6,2% | 1,7% |
| Costumbre | 16,3% | 0,0% | 6,0% | 17,4% | 31,6% | 15,9% | 16,5% |
| Confianza | 10,6% | 0,0% | 4,0% | 12,3% | 18,4% | 9,7% | 11,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 4,9% | 5,6% | 7,0% | 2,6% | 6,6% | 8,0% | 3,4% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,8% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,6% | 0,0% | 1,0% | 3,9% | 2,6% | 4,4% | 1,7% |
| Cercanía lugar de trabajo | 3,4% | 0,0% | 7,0% | 2,6% | 1,3% | 4,4% | 3,0% |
| Tengo familiares allí | 0,9% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 2,6% | 1,8% | 0,4% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 1,8% | 0,4% |
| Variedad de tiendas/oferta | 4,3% | 11,1% | 6,0% | 3,9% | 1,3% | 4,4% | 4,2% |
| Prefiero comprar en centros comerciales | 0,6% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 0,0% |
| Otros motivos | 1,7% | 5,6% | 1,0% | 1,3% | 2,6% | 1,8% | 1,7% |
| Atención al cliente | 0,6% | 5,6% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,4% |
| NS/NC | 7,4% | 22,2% | 5,0% | 8,4% | 5,3% | 2,7% | 9,7% |

Base: 200 casos

| P1F_2_OTRO. Valor | Porcentaje |
|--------------------------------|---------------|
| - | 99,4% |
| CERCA DEL COLEGIO DE MIS HIJOS | 0,1% |
| COMPRAS DE MAYOR VOLUMEN | 0,1% |
| GARANTÍAS CON TARJETA | 0,1% |
| GASOLINA | 0,1% |
| POR ANDAR | 0,1% |
| TRABAJA EN EL SUPER | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

P1F_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación y droguería en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio?

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
| Comodidad | 42,7% | 66,7% | 42,2% | 51,4% | 37,3% | 31,9% | 45,5% |
| Mejores precios | 33,5% | 16,7% | 45,3% | 29,7% | 31,8% | 36,2% | 18,2% |
| Mayor calidad | 25,8% | 16,7% | 20,3% | 25,2% | 27,3% | 36,2% | 9,1% |
| Mayor variedad/surtido producto | 38,7% | 16,7% | 45,3% | 40,5% | 35,5% | 36,2% | 36,4% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,7% | 0,0% | 1,6% | 1,8% | 1,8% | 2,1% | 0,0% |
| Horarios | 3,2% | 0,0% | 3,1% | 0,9% | 3,6% | 4,3% | 18,2% |
| Costumbre | 16,3% | 33,3% | 10,9% | 19,8% | 18,2% | 10,6% | 9,1% |
| Confianza | 10,6% | 16,7% | 6,3% | 16,2% | 9,1% | 8,5% | 0,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 4,9% | 0,0% | 4,7% | 5,4% | 4,5% | 4,3% | 9,1% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 0,6% | 0,0% | 1,6% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,6% | 0,0% | 1,6% | 0,9% | 3,6% | 6,4% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 3,4% | 0,0% | 3,1% | 2,7% | 4,5% | 4,3% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 1,8% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,9% | 0,0% | 1,6% | 0,9% | 0,0% | 2,1% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 4,3% | 16,7% | 3,1% | 3,6% | 4,5% | 6,4% | 0,0% |
| Prefiero comprar en centros comerciales | 0,6% | 0,0% | 1,6% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 1,7% | 16,7% | 0,0% | 0,9% | 3,6% | 0,0% | 0,0% |
| Atención al cliente | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 2,1% | 0,0% |
| NS/NC | 7,4% | 0,0% | 14,1% | 6,3% | 7,3% | 4,3% | 0,0% |

Base: 200 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

| P1F_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de alimentación y droguería en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Comodidad | 42,7% | 46,9% | 42,9% | 47,1% | 27,3% | 57,1% | 41,9% | 53,8% | 51,9% | 43,8% | 48,9% | 31,3% | 31,6% | 20,0% | 25,0% |
| Mejores precios | 33,5% | 34,4% | 28,6% | 25,5% | 54,5% | 32,1% | 35,5% | 23,1% | 37,0% | 43,8% | 42,6% | 6,3% | 21,1% | 40,0% | 41,7% |
| Mayor calidad | 25,8% | 37,5% | 28,6% | 21,6% | 27,3% | 17,9% | 35,5% | 30,8% | 14,8% | 37,5% | 34,0% | 18,8% | 15,8% | 15,0% | 20,8% |
| Mayor variedad/surtido producto | 38,7% | 46,9% | 21,4% | 37,3% | 45,5% | 53,6% | 22,6% | 7,7% | 22,2% | 56,3% | 31,9% | 62,5% | 52,6% | 50,0% | 41,7% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 5,3% | 5,0% | 4,2% |
| Horarios | 3,2% | 3,1% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 7,4% | 0,0% | 6,4% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% |
| Costumbre | 16,3% | 31,3% | 14,3% | 17,6% | 9,1% | 14,3% | 19,4% | 23,1% | 3,7% | 6,3% | 14,9% | 18,8% | 5,3% | 25,0% | 16,7% |
| Confianza | 10,6% | 21,9% | 7,1% | 9,8% | 18,2% | 7,1% | 19,4% | 23,1% | 3,7% | 0,0% | 6,4% | 6,3% | 5,3% | 10,0% | 12,5% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 4,9% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 15,4% | 3,7% | 6,3% | 6,4% | 6,3% | 5,3% | 15,0% | 12,5% |
| Búsqueda de enseñas conocidas | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,6% | 0,0% | 21,4% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 7,7% | 3,7% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 3,4% | 3,1% | 7,1% | 5,9% | 0,0% | 3,6% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 18,8% | 0,0% | 5,0% | 4,2% |
| Tengo familiares allí | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 5,3% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 4,3% | 12,5% | 0,0% | 9,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,7% | 6,3% | 4,3% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 4,2% |
| Prefiero comprar en centros comerciales | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 3,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 6,3% | 10,5% | 0,0% | 0,0% |
| Atención al cliente | 0,6% | 0,0% | 7,1% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 7,4% | 3,1% | 7,1% | 15,7% | 9,1% | 0,0% | 22,6% | 23,1% | 3,7% | 6,3% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% |

Base: 200 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento personal? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 54,0% | 24,2% | 43,8% | 59,7% | 67,3% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,6% |
| Galería Comercial | 3,4% | 3,2% | 2,8% | 4,0% | 3,1% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,6% |
| Mercado Municipal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 5,6% | 1,6% | 7,2% | 5,7% | 4,4% |
| Corte Inglés | 29,1% | 17,7% | 18,5% | 32,3% | 42,1% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 39,2% | 62,9% | 57,0% | 35,8% | 10,7% |
| Medianas superficies especializadas (Decathlon, Primark,...) | 7,3% | 16,1% | 9,6% | 6,2% | 3,1% |
| Otros (especificar) | 1,6% | 6,5% | 2,0% | 1,0% | 0,6% |
| NS/NC | 0,2% | 1,6% | 0,0% | 0,2% | 0,0% |

Base: 872 casos

Cruce por sexo

| P2A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento personal? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------|--------------|
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 54,0% | 49,6% | 56,0% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,1% | 0,0% | 0,2% |
| Galería Comercial | 3,4% | 1,5% | 4,3% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 0,4% | 0,3% |
| Mercado Municipal | 0,2% | 0,0% | 0,3% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 5,6% | 6,7% | 5,1% |
| Corte Inglés | 29,1% | 28,9% | 29,2% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 39,2% | 38,5% | 39,5% |
| Medianas superficies especializadas (Decathlon, Primark,...) | 7,3% | 9,6% | 6,3% |
| Otros (especificar) | 1,6% | 2,2% | 1,3% |
| NS/NC | 0,2% | 0,7% | 0,0% |

Base: 872 casos

| P2A_OTROS. Valor | Porcentaje |
|------------------------------|---------------|
| - | 98,6% |
| ILLUECA (ALMACEN DE CALZADO) | 0,4% |
| INTERNET | 0,8% |
| mercado benéfico | 0,1% |
| Tiendas de segunda mano | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento personal? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| MULTIPLE SUGERIDA | | | | | | | |
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 54,0% | 60,0% | 63,4% | 49,6% | 53,7% | 55,6% | 44,2% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Galería Comercial | 3,4% | 0,0% | 4,6% | 4,0% | 3,5% | 1,5% | 2,3% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 10,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 2,3% |
| Mercado Municipal | 0,2% | 10,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 5,6% | 0,0% | 10,5% | 6,5% | 3,5% | 2,3% | 7,0% |
| Corte Inglés | 29,1% | 10,0% | 27,5% | 25,9% | 31,0% | 36,8% | 25,6% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 39,2% | 10,0% | 33,3% | 39,9% | 43,5% | 39,8% | 34,9% |
| Medianas superficies especializadas (Decathlon, Primark,...) | 7,3% | 0,0% | 7,8% | 7,6% | 6,3% | 9,8% | 4,7% |
| Otros (especificar) | 1,6% | 0,0% | 0,7% | 1,8% | 3,1% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,8% | 0,0% |

Base: 872 casos

Cruce por zona de residencia

| P2A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento personal? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|--------------|-------------------|
| MULTIPLE SUGERIDA | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 54,0% | 70,2% | 64,7% | 65,0% | 66,7% | 69,1% | 63,0% | 46,9% | 57,5% | 41,3% | 44,4% | 28,3% | 52,4% | 41,7% | 28,6% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Galería Comercial | 3,4% | 1,8% | 5,9% | 3,6% | 3,0% | 2,5% | 0,0% | 6,3% | 2,5% | 6,5% | 2,5% | 9,4% | 4,8% | 1,0% | 2,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,3% | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 2,0% |
| Mercado Municipal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 7,4% | 5,6% | 6,3% | 12,5% | 4,3% | 14,8% | 11,3% | 2,4% | 6,3% | 4,1% |
| Corte Inglés | 29,1% | 29,8% | 44,1% | 23,6% | 36,4% | 28,4% | 18,5% | 50,0% | 10,0% | 26,1% | 35,8% | 30,2% | 35,7% | 27,1% | 22,4% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 39,2% | 22,8% | 35,3% | 30,7% | 27,3% | 35,8% | 44,4% | 28,1% | 30,0% | 37,0% | 48,1% | 64,2% | 21,4% | 50,0% | 65,3% |
| Medianas superficies especializadas (Decathlon, Primark,...) | 7,3% | 8,8% | 1,5% | 6,4% | 6,1% | 1,2% | 11,1% | 15,6% | 7,5% | 15,2% | 4,9% | 11,3% | 4,8% | 7,3% | 12,2% |
| Otros (especificar) | 1,6% | 3,5% | 1,5% | 0,0% | 6,1% | 0,0% | 3,7% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 2,0% |
| NS/NC | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 872 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2B_1. Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Mi zona o barrio | 77,2% | 75,0% | 73,3% | 76,4% | 83,5% |
| Otra zona o barrio | 46,4% | 43,8% | 54,3% | 50,8% | 28,4% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,9% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,9% |

Base: 872 casos

Cruce por sexo

| P2B_1. Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| Mi zona o barrio | 77,2% | 83,2% | 74,9% |
| Otra zona o barrio | 46,4% | 39,4% | 49,2% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,4% | 0,0% | 0,6% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,6% |

Base: 872 casos

| P2B_1_DONDE. Valor | Porcentaje |
|--------------------|---------------|
| - | 99,8% |
| ILLUECA | 0,1% |
| MADRID, DINAMARCA | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2B_1. Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|-------|--------------|-------|--------------|-------|-------|
| Mi zona o barrio | 77,2% | 66,7% | 81,4% | 79,1% | 76,6% | 68,9% | 80,0% |
| Otra zona o barrio | 46,4% | 33,3% | 45,1% | 48,0% | 50,4% | 41,9% | 35,0% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,7% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% |

Base: 872 casos

Cruce por zona de residencia

| P2B_1. Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 77,2% | 90,2% | 95,7% | 82,6% | 86,4% | 83,9% | 80,0% | 64,7% | 62,5% | 86,4% | 73,7% | 61,1% | 52,2% | 61,0% | 40,0% |
| Otra zona o barrio | 46,4% | 34,1% | 12,8% | 40,2% | 36,4% | 44,6% | 48,6% | 58,8% | 54,2% | 27,3% | 52,6% | 83,3% | 60,9% | 70,7% | 93,3% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,4% | 0,0% | 2,1% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 872 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 6,5% |
| 2. Centro | 79,8% | 71,4% | 74,6% | 81,1% | 87,1% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,7% | 0,0% | 3,2% | 6,3% | 9,7% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 2,6% | 0,0% | 1,6% | 3,9% | 0,0% |
| 5. San José | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,9% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,9% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 15,4% | 14,3% | 23,8% | 15,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 5,3% | 0,0% | 7,9% | 5,5% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 1,6% | 0,8% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,9% | 14,3% | 0,0% | 0,8% | 0,0% |

Base: 228 casos

Cruce por sexo

| P2B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 2,6% | 3,7% | 2,3% |
| 2. Centro | 79,8% | 79,6% | 79,9% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,7% | 7,4% | 5,2% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 2,6% | 3,7% | 2,3% |
| 5. San José | 0,4% | 0,0% | 0,6% |
| 6. Las Fuentes | 0,9% | 0,0% | 1,1% |
| 7. Almozara | 0,9% | 0,0% | 1,1% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 15,4% | 16,7% | 14,9% |
| 10. Actur | 5,3% | 5,6% | 5,2% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 1,1% |
| 13. Arrabal | 0,4% | 0,0% | 0,6% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,9% | 0,0% | 1,1% |

Base: 228 casos

| P2B_2_OTRO. Valor | Porcentaje |
|-------------------|---------------|
| - | 99,8% |
| EXTRARRADIO | 0,2% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|-------|------------|-------|------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 2,6% | 0,0% | 2,2% | 1,4% | 2,8% | 3,2% | 14,3% |
| 2. Centro | 79,8% | 50,0% | 67,4% | 80,3% | 83,1% | 90,3% | 85,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,7% | 0,0% | 8,7% | 9,9% | 1,4% | 3,2% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 5,6% | 3,2% | 0,0% |
| 5. San José | 0,4% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 1,4% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 3,2% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 15,4% | 0,0% | 21,7% | 16,9% | 12,7% | 12,9% | 0,0% |
| 10. Actur | 5,3% | 0,0% | 6,5% | 5,6% | 4,2% | 3,2% | 14,3% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,4% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% |

Base: 228 casos

Cruce por zona de residencia

| P2B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 2,6% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 3,4% | 7,1% |
| 2. Centro | 79,8% | 85,7% | 0,0% | 83,8% | 87,5% | 96,0% | 82,4% | 70,0% | 38,5% | 66,7% | 75,0% | 73,3% | 100,0% | 89,7% | 85,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,7% | 7,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 5,9% | 10,0% | 61,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 2,6% | 14,3% | 16,7% | 2,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,9% | 0,0% |
| 5. San José | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 15,4% | 7,1% | 50,0% | 18,9% | 12,5% | 16,0% | 11,8% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 53,3% | 0,0% | 10,3% | 21,4% |
| 10. Actur | 5,3% | 0,0% | 50,0% | 10,8% | 0,0% | 0,0% | 11,8% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 3,4% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,9% | 7,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 228 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2C_1. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|--------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Mercado Municipal Lanuza (centro) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal San Vicente de Paul (centro) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Paseo Teruel | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Arzobispo Domech | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Ebro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. San Francisco | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Delicias | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| M. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Puerta Sancho | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Paris | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 3 casos

Cruce por sexo

| P2C_1. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|---|--------|--------|--------|
| Mercado Municipal Lanuza (centro) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal San Vicente de Paul (centro) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Paseo Teruel | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Arzobispo Domech | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Ebro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. San Francisco | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Delicias | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| M. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Puerta Sancho | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Paris | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 3 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_1. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|--------|--------|------------|-------|------------|------|-------|
| MULTIPLE SUGERIDA | | | | | | | |
| Mercado Municipal Lanuza (centro) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal San Vicente de Paul (centro) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Paseo Teruel | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Arzobispo Domech | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Ebro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. San Francisco | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Delicias | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Puerta Sancho | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| M. Paris | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 3 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_1. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| MULTIPLE SUGERIDA | | | | | | | | | | | | | | | |
| Mercado Municipal Lanuza (centro) | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Mercado Municipal San Vicente de Paul (centro) | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| M. Paseo Teruel | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| M. Arzobispo Domech | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| M. Ebro | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| M. San Francisco | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| M. Delicias | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| M. Las Fuentes | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| M. Puerta Sancho | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| M. Paris | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |

Base: 3 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2C_1_ZONAS. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|--------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 3 casos

Cruce por sexo

| P2C_1_ZONAS. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|---|--------|--------|--------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 100,0% | 0,0% | 100,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 3 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_1_ZONAS. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|--------|--------|------------|-------|------------|------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 3 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_1_ZONAS. ¿En qué Mercado/s Municipal/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto V | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|--------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 2. Centro | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 100% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 5. San José | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 6. Las Fuentes | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 7. Almozara | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 10. Actur | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 12. Romareda | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 13. Arrabal | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |

Base: 3 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 16,3% | 0,0% | 16,7% | 21,7% | 0,0% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 4,1% | 0,0% | 5,6% | 4,3% | 0,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver- Valdefierro) | 16,3% | 0,0% | 22,2% | 13,0% | 14,3% |
| Carrefour (Actur) | 24,5% | 0,0% | 33,3% | 17,4% | 28,6% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 12,2% | 0,0% | 16,7% | 13,0% | 0,0% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 40,8% | 100,0% | 33,3% | 39,1% | 57,1% |
| Hiperacor C.C Puerto Venecia | 12,2% | 0,0% | 22,2% | 8,7% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 28,6% |

Base: 49 casos

Cruce por sexo

| P2C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 16,3% | 0,0% | 25,8% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 4,1% | 0,0% | 6,5% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 16,3% | 22,2% | 12,9% |
| Carrefour (Actur) | 24,5% | 27,8% | 22,6% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 12,2% | 11,1% | 12,9% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 40,8% | 38,9% | 41,9% |
| Hiperacor C.C Puerto Venecia | 12,2% | 5,6% | 16,1% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 4,1% | 5,6% | 3,2% |

Base: 49 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 16,3% | 0,0% | 18,8% | 11,1% | 22,2% | 33,3% | 0,0% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 4,1% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 16,3% | 0,0% | 12,5% | 16,7% | 0,0% | 33,3% | 66,7% |
| Carrefour (Actur) | 24,5% | 0,0% | 18,8% | 22,2% | 33,3% | 33,3% | 33,3% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 12,2% | 0,0% | 12,5% | 11,1% | 11,1% | 33,3% | 0,0% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 40,8% | 0,0% | 31,3% | 50,0% | 33,3% | 66,7% | 33,3% |
| Hiperacor C.C Puerto Venecia | 12,2% | 0,0% | 18,8% | 5,6% | 11,1% | 33,3% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 4,1% | 0,0% | 6,3% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 49 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 16,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 16,3% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 50,0% |
| Carrefour (Actur) | 24,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 41,7% | 16,7% | 0,0% | 50,0% | 50,0% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 12,2% | 0,0% | 0,0% | 75,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 20,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 40,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 33,3% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 83,3% | 33,3% | 0,0% | 50,0% | 50,0% |
| Hiperacor C.C Puerto Venecia | 12,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% |

Base: 49 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 10,2% | 0,0% | 11,1% | 13,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 16,3% | 0,0% | 16,7% | 21,7% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 16,3% | 0,0% | 22,2% | 13,0% | 14,3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 12,2% | 0,0% | 22,2% | 8,7% | 0,0% |
| 10. Actur | 53,1% | 100,0% | 50,0% | 52,2% | 57,1% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 4,1% | 0,0% | 5,6% | 4,3% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 28,6% |

Base: 49 casos

Cruce por sexo

| P2C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 10,2% | 11,1% | 9,7% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 16,3% | 0,0% | 25,8% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 16,3% | 22,2% | 12,9% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 12,2% | 5,6% | 16,1% |
| 10. Actur | 53,1% | 55,6% | 51,6% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 4,1% | 0,0% | 6,5% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 4,1% | 5,6% | 3,2% |

Base: 49 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P2C_2_ZONAS. ¿En qué

| Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 10,2% | 0,0% | 12,5% | 11,1% | 11,1% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 16,3% | 0,0% | 18,8% | 11,1% | 22,2% | 33,3% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 16,3% | 0,0% | 12,5% | 16,7% | 0,0% | 33,3% | 66,7% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 12,2% | 0,0% | 18,8% | 5,6% | 11,1% | 33,3% | 0,0% |
| 10. Actur | 53,1% | 0,0% | 43,8% | 61,1% | 55,6% | 66,7% | 33,3% |
| 11. Periferia | 4,1% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 4,1% | 0,0% | 6,3% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 49 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|--------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 10,2% | 0,0% | 0,0% | 75,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 16,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 16,3% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 50,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 12,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 53,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 33,3% | 100,0% | 0,0% | 50,0% | 100,0% | 50,0% | 0,0% | 83,3% | 50,0% |
| 11. Periferia | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 4,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% |

Base: 49 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P2C_3. ¿En qué Corte Ingles? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 20,4% | 10,0% | 22,9% | 21,9% | 17,4% | 24,1% | 18,8% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 64,3% | 70,0% | 48,6% | 70,5% | 60,9% | 56,9% | 67,4% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 25,0% | 30,0% | 37,1% | 23,8% | 17,4% | 24,1% | 25,4% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 18,9% | 40,0% | 28,6% | 16,2% | 13,0% | 20,7% | 18,1% |

Base: 254 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_3. ¿En qué Corte Ingles? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 20,4% | 0,0% | 17,2% | 19,7% | 28,1% | 11,8% | 12,5% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 64,3% | 0,0% | 65,5% | 57,4% | 68,8% | 67,6% | 62,5% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 25,0% | 0,0% | 27,6% | 32,8% | 18,8% | 20,6% | 25,0% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 18,9% | 0,0% | 24,1% | 27,9% | 12,5% | 11,8% | 12,5% |

Base: 254 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_3. ¿En qué Corte Ingles? MULTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdeferro | 9. Torrero-Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Val | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|----------------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 20,4% | 15,4% | 0,0% | 11,5% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 53,8% | 25,0% | 0,0% | 63,2% | 38,5% | 10,0% | 35,0% | 9,1% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 64,3% | 61,5% | 73,9% | 84,6% | 100,0% | 78,9% | 50,0% | 53,8% | 50,0% | 44,4% | 31,6% | 61,5% | 60,0% | 55,0% | 63,6% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 25,0% | 46,2% | 26,1% | 23,1% | 10,0% | 26,3% | 50,0% | 30,8% | 25,0% | 0,0% | 21,1% | 38,5% | 10,0% | 25,0% | 18,2% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 18,9% | 23,1% | 13,0% | 7,7% | 10,0% | 15,8% | 16,7% | 15,4% | 0,0% | 66,7% | 5,3% | 30,8% | 30,0% | 25,0% | 27,3% |

Base: 254 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 77,0% | 70,0% | 68,6% | 81,9% | 73,9% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 18,9% | 40,0% | 28,6% | 16,2% | 13,0% |
| 10. Actur | 20,4% | 10,0% | 22,9% | 21,9% | 17,4% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 254 casos

Cruce por sexo

| P2C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 77,0% | 72,4% | 79,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 18,9% | 20,7% | 18,1% |
| 10. Actur | 20,4% | 24,1% | 18,8% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 254 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 77,0% | 0,0% | 75,9% | 75,4% | 75,0% | 85,3% | 75,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 18,9% | 0,0% | 24,1% | 27,9% | 12,5% | 11,8% | 12,5% |
| 10. Actur | 20,4% | 0,0% | 17,2% | 19,7% | 28,1% | 11,8% | 12,5% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 254 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|---------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 77,0% | 84,6% | 91,3% | 96,2% | 100,0% | 94,7% | 83,3% | 69,2% | 75,0% | 44,4% | 52,6% | 69,2% | 70,0% | 60,0% | 63,6% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 18,9% | 23,1% | 13,0% | 7,7% | 10,0% | 15,8% | 16,7% | 15,4% | 0,0% | 66,7% | 5,3% | 30,8% | 30,0% | 25,0% | 27,3% |
| 10. Actur | 20,4% | 15,4% | 0,0% | 11,5% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 53,8% | 25,0% | 0,0% | 63,2% | 38,5% | 10,0% | 35,0% | 9,1% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 254 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 39,2% | 33,3% | 45,8% | 37,5% | 11,8% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 2,6% | 0,0% | 1,4% | 4,9% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,0% | 7,7% | 11,3% | 17,4% | 23,5% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 5,3% | 0,0% | 8,5% | 3,5% | 5,9% |
| C.C. Puerto Venecia - Torrero | 63,5% | 82,1% | 65,5% | 57,6% | 52,9% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 5,3% | 2,6% | 6,3% | 4,9% | 5,9% |
| C.C. Audiorama (Sabeco) - Romareda | 0,9% | 0,0% | 0,7% | 0,7% | 5,9% |
| Otro | 0,3% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% |

Base: 342 casos

Cruce por sexo

| P2C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 39,2% | 35,6% | 40,8% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 2,6% | 2,9% | 2,5% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,0% | 15,4% | 13,4% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 5,3% | 6,7% | 4,6% |
| C.C. Puerto Venecia - Torrero | 63,5% | 64,4% | 63,0% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 5,3% | 1,9% | 6,7% |
| C.C. Audiorama (Sabeco) - Romareda | 0,9% | 0,0% | 1,3% |
| Otro | 0,3% | 1,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 1,0% | 0,4% |

Base: 342 casos

| P2C_4OTRO. Valor | Porcentaje |
|------------------|---------------|
| - | 99,9% |
| BARCELONA | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|---------------|--------------|-------|------------|-------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 39,2% | 100,0% | 39,2% | 45,0% | 37,8% | 30,2% | 33,3% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 2,6% | 0,0% | 3,9% | 1,8% | 2,7% | 3,8% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,0% | 0,0% | 13,7% | 14,4% | 14,4% | 13,2% | 13,3% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 5,3% | 0,0% | 5,9% | 4,5% | 7,2% | 3,8% | 0,0% |
| C.C. Puerto Venecia - Torrero | 63,5% | 0,0% | 78,4% | 59,5% | 61,3% | 66,0% | 53,3% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 5,3% | 0,0% | 3,9% | 4,5% | 5,4% | 7,5% | 6,7% |
| C.C. Auditorama (Sabeco) - Romareda | 0,9% | 0,0% | 2,0% | 0,9% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |

Base: 342 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 39,2% | 46,2% | 16,7% | 51,2% | 11,1% | 20,7% | 20,8% | 88,9% | 16,7% | 5,9% | 76,9% | 52,9% | 11,1% | 58,3% | 6,3% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 2,6% | 15,4% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 3,4% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 5,9% | 0,0% | 2,1% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 14,0% | 7,7% | 29,2% | 14,0% | 22,2% | 17,2% | 25,0% | 22,2% | 0,0% | 11,8% | 7,7% | 11,8% | 33,3% | 12,5% | 3,1% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 5,3% | 7,7% | 0,0% | 16,3% | 0,0% | 6,9% | 4,2% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 2,9% | 11,1% | 2,1% | 6,3% |
| C.C. Puerto Venecia - Torrero | 63,5% | 53,8% | 58,3% | 55,8% | 88,9% | 75,9% | 62,5% | 11,1% | 83,3% | 94,1% | 30,8% | 70,6% | 88,9% | 54,2% | 93,8% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 5,3% | 7,7% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 6,9% | 4,2% | 0,0% | 16,7% | 5,9% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 12,5% | 9,4% |
| C.C. Auditorama (Sabeco) - Romareda | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% |
| Otro | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,1% |

Base: 342 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

P2C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE

| SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 2,6% | 0,0% | 1,4% | 4,9% | 0,0% |
| 2. Centro | 14,0% | 7,7% | 11,3% | 17,4% | 23,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,3% | 0,0% | 8,5% | 3,5% | 5,9% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 63,5% | 82,1% | 65,5% | 57,6% | 52,9% |
| 10. Actur | 39,5% | 33,3% | 46,5% | 37,5% | 11,8% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 0,7% | 0,7% | 5,9% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,6% | 5,1% | 6,3% | 4,9% | 5,9% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% |

Base: 342 casos

Cruce por sexo

P2C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE

| SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 2,6% | 2,9% | 2,5% |
| 2. Centro | 14,0% | 15,4% | 13,4% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,3% | 6,7% | 4,6% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 63,5% | 64,4% | 63,0% |
| 10. Actur | 39,5% | 35,6% | 41,2% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 1,3% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,6% | 2,9% | 6,7% |
| NS/NC | 0,6% | 1,0% | 0,4% |

Base: 342 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|--------|--------------|--------------|--------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 2,6% | 0,0% | 3,9% | 1,8% | 2,7% | 3,8% | 0,0% |
| 2. Centro | 14,0% | 0,0% | 13,7% | 14,4% | 14,4% | 13,2% | 13,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,3% | 0,0% | 5,9% | 4,5% | 7,2% | 3,8% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 63,5% | 0,0% | 78,4% | 59,5% | 61,3% | 66,0% | 53,3% |
| 10. Actur | 39,5% | 100,0% | 39,2% | 45,0% | 37,8% | 32,1% | 33,3% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 2,0% | 0,9% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,6% | 0,0% | 3,9% | 5,4% | 5,4% | 7,5% | 6,7% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |

Base: 342 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULT SUG zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avda.. Mad-Delicias | 4. Gran Vía-Fern. el Catól | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puert V | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|------------------------|----------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|--------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 2,6% | 15,4% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 3,4% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 5,9% | 0,0% | 2,1% | 0,0% |
| 2. Centro | 14,0% | 7,7% | 29,2% | 14,0% | 22,2% | 17,2% | 25,0% | 22,2% | 0,0% | 11,8% | 7,7% | 11,8% | 33,3% | 12,5% | 3,1% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,3% | 7,7% | 0,0% | 16,3% | 0,0% | 6,9% | 4,2% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 2,9% | 11,1% | 2,1% | 6,3% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 63,5% | 53,8% | 58,3% | 55,8% | 88,9% | 75,9% | 62,5% | 11,1% | 83,3% | 94,1% | 30,8% | 70,6% | 88,9% | 54,2% | 93,8% |
| 10. Actur | 39,5% | 46,2% | 16,7% | 51,2% | 11,1% | 20,7% | 25,0% | 88,9% | 16,7% | 5,9% | 76,9% | 52,9% | 11,1% | 58,3% | 6,3% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,6% | 7,7% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 6,9% | 4,2% | 0,0% | 16,7% | 11,8% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 12,5% | 9,4% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,1% |

Base: 342 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P2C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Decathlon | 42,9% | 70,0% | 39,1% | 40,0% | 20,0% | 46,2% | 40,5% |
| Primark | 69,8% | 70,0% | 69,6% | 72,0% | 60,0% | 65,4% | 73,0% |
| Otro | 6,3% | 0,0% | 8,7% | 4,0% | 20,0% | 7,7% | 5,4% |
| NS/NC | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 8,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% |

Base: 64 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| Decathlon | 42,9% | 0,0% | 41,7% | 42,9% | 40,0% | 53,8% | 0,0% |
| Primark | 69,8% | 0,0% | 75,0% | 66,7% | 73,3% | 69,2% | 50,0% |
| Otro | 6,3% | 0,0% | 8,3% | 9,5% | 6,7% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 50,0% |

Base: 64 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MULTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Decathlon | 42,9% | 50,0% | 100,0% | 55,6% | 50,0% | 100,0% | 33,3% | 60,0% | 0,0% | 14,3% | 25,0% | 66,7% | 50,0% | 42,9% | 33,3% |
| Primark | 69,8% | 75,0% | 0,0% | 77,8% | 100,0% | 100,0% | 83,3% | 20,0% | 100,0% | 85,7% | 50,0% | 50,0% | 50,0% | 85,7% | 66,7% |
| Otro | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 40,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% |
| NS/NC | 3,2% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 64 casos

| P2C_5OTRO. Valor | Porcentaje |
|------------------|---------------|
| - | 99,6% |
| C&A | 0,2% |
| KIABI | 0,1% |
| OUTLET | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 20,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 90,5% | 100,0% | 87,0% | 92,0% | 80,0% |
| 10. Actur | 14,3% | 20,0% | 17,4% | 12,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 1,6% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 8,0% | 0,0% |

Base: 64 casos

Cruce por sexo

| P2C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------|--------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 3,2% | 3,8% | 2,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 90,5% | 84,6% | 94,6% |
| 10. Actur | 14,3% | 11,5% | 16,2% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 1,6% | 3,8% | 0,0% |
| NS/NC | 3,2% | 7,7% | 0,0% |

Base: 64 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|--------------|-------|-------|
| MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | | | | | | | |
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 9,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 90,5% | 0,0% | 91,7% | 90,5% | 93,3% | 92,3% | 50,0% |
| 10. Actur | 14,3% | 0,0% | 16,7% | 14,3% | 13,3% | 15,4% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 50,0% |

Base: 64 casos

Cruce por zona de residencia

| P2C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avda.. Mad-Delicias | 4. Gran Vía-Fern el Cat | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdef. | 9. Torrero-Puert V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|------------------------|-------------------------|-------------|----------------|-------------|-------------------|---------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|--------------|-------------------|
| MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 90,5% | 75,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 83,3% | 60,0% | 100,0% | 100,0% | 75,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 83,3% |
| 10. Actur | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 44,4% | 50,0% | 0,0% | 16,7% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 3,2% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 64 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P2B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Mi zona o barrio | 21,8% | 20,0% | 17,9% | 23,9% | 26,6% | 19,9% | 22,7% |
| Otra zona o barrio | 83,6% | 84,0% | 84,4% | 85,0% | 76,6% | 83,1% | 83,9% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 3,7% | 4,0% | 5,6% | 2,7% | 1,6% | 2,4% | 4,2% |

Base: 445 casos

| P2B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------------|------------|--------------|------------|-------|-------|
| Mi zona o barrio | 21,8% | 66,7% | 24,1% | 16,5% | 23,9% | 20,0% | 36,0% |
| Otra zona o barrio | 83,6% | 33,3% | 83,1% | 87,6% | 82,8% | 86,7% | 60,0% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 3,7% | 0,0% | 2,4% | 2,9% | 4,3% | 5,3% | 4,0% |

Base: 445 casos

Cruce por zona de residencia

| P2B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 21,8% | 8,7% | 68,4% | 15,5% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 23,8% | 81,5% | 72,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otra zona o barrio | 83,6% | 95,7% | 50,0% | 91,5% | 100,0% | 100,0% | 96,4% | 95,2% | 76,2% | 33,3% | 45,8% | 100,0% | 100,0% | 97,1% | 100,0% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 3,7% | 4,3% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 3,6% | 4,8% | 9,5% | 7,4% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 7,4% | 7,5% |

Base: 445 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P2_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Mi zona o barrio | 54,6% | 35,6% | 44,0% | 58,6% | 69,2% | 53,0% | 55,3% |
| Otra zona o barrio | 67,9% | 76,3% | 75,5% | 69,4% | 47,9% | 66,0% | 68,7% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (Dónde?)) | 2,5% | 3,4% | 4,1% | 1,8% | 1,4% | 1,6% | 2,9% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,2% |

Base: 872 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P2_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|--------------|------------|-------|--------------|-------|-------|
| Mi zona o barrio | 54,6% | 66,7% | 66,4% | 50,7% | 54,5% | 46,8% | 59,0% |
| Otra zona o barrio | 67,9% | 33,3% | 63,8% | 70,1% | 71,7% | 69,0% | 48,7% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (Dónde?)) | 2,5% | 0,0% | 1,3% | 2,2% | 3,3% | 3,2% | 2,6% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 872 casos

Cruce por zona de residencia

| P2_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 54,6% | 70,4% | 89,2% | 61,3% | 61,3% | 63,3% | 53,8% | 36,7% | 46,2% | 88,6% | 75,0% | 21,2% | 32,4% | 27,8% | 12,2% |
| Otra zona o barrio | 67,9% | 57,4% | 33,8% | 62,0% | 64,5% | 74,7% | 67,3% | 83,3% | 69,2% | 29,5% | 53,9% | 96,2% | 83,8% | 88,9% | 98,0% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas (Dónde?)) | 2,5% | 1,9% | 3,1% | 0,7% | 0,0% | 2,5% | 1,9% | 3,3% | 5,1% | 4,5% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 5,6% | 6,1% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 872 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| UNIRVAR_2_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 1,6% | 0,0% | 1,3% | 2,6% | 0,0% |
| 2. Centro | 36,4% | 18,2% | 21,2% | 46,4% | 60,8% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 3,1% | 0,0% | 5,8% | 2,1% | 2,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,9% | 0,0% | 1,9% | 0,5% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,7% | 0,0% | 0,6% | 0,5% | 2,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,7% | 0,0% | 0,6% | 0,5% | 2,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 54,6% | 81,8% | 64,7% | 49,0% | 21,6% |
| 10. Actur | 30,6% | 27,3% | 41,0% | 27,3% | 13,7% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,4% | 0,0% | 0,6% | 0,5% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,7% | 0,0% | 0,6% | 0,5% | 2,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 4,5% | 4,5% | 6,4% | 3,6% | 2,0% |
| NS/NC | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 3,9% |

Base: 445 casos

Cruce por sexo

| UNIRVAR_2_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 1,6% | 2,1% | 1,3% |
| 2. Centro | 36,4% | 34,0% | 37,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 3,1% | 3,5% | 3,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,9% | 0,0% | 1,3% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,7% | 0,7% | 0,7% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,7% | 0,7% | 0,7% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 54,6% | 57,6% | 53,2% |
| 10. Actur | 30,6% | 30,6% | 30,6% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,4% | 0,0% | 0,7% |
| 12. Romareda | 0,7% | 0,0% | 1,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 4,5% | 2,8% | 5,3% |
| NS/NC | 0,9% | 1,4% | 0,7% |

Base: 445 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| UNIRVAR_2_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 1,6% | 0,0% | 2,9% | 1,3% | 1,4% | 1,5% | 0,0% |
| 2. Centro | 36,4% | 0,0% | 37,1% | 36,8% | 38,1% | 31,3% | 37,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 3,1% | 0,0% | 4,3% | 3,9% | 2,2% | 3,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,9% | 0,0% | 1,4% | 1,3% | 0,0% | 1,5% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,7% | 100,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 6,3% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,7% | 0,0% | 1,4% | 0,7% | 0,0% | 1,5% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 54,6% | 0,0% | 57,1% | 53,3% | 51,8% | 62,7% | 50,0% |
| 10. Actur | 30,6% | 0,0% | 31,4% | 33,6% | 30,2% | 28,4% | 12,5% |
| 11. Periferia | 0,4% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,7% | 0,0% | 1,4% | 0,7% | 0,7% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 4,5% | 0,0% | 2,9% | 3,9% | 5,0% | 6,0% | 6,3% |
| NS/NC | 0,9% | 0,0% | 1,4% | 0,7% | 0,0% | 3,0% | 0,0% |

Base: 445 casos

Cruce por zona de residencia

| UNIRVAR_2_ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|--------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 2,3% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 4,4% | 0,0% | 1,4% | 0,0% |
| 2. Centro | 36,4% | 47,8% | 0,0% | 46,2% | 68,8% | 47,7% | 34,5% | 47,6% | 16,7% | 45,5% | 50,0% | 26,7% | 50,0% | 26,1% | 22,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 3,1% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 3,4% | 0,0% | 16,7% | 18,2% | 0,0% | 2,2% | 5,6% | 1,4% | 4,9% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,7% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 2,4% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 2,4% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 54,6% | 47,8% | 84,2% | 43,1% | 56,3% | 59,1% | 65,5% | 19,0% | 66,7% | 0,0% | 53,8% | 62,2% | 55,6% | 47,8% | 80,5% |
| 10. Actur | 30,6% | 30,4% | 21,1% | 36,9% | 12,5% | 15,9% | 24,1% | 66,7% | 16,7% | 18,2% | 0,0% | 55,6% | 11,1% | 50,7% | 9,8% |
| 11. Periferia | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 4,5% | 4,3% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 3,4% | 4,8% | 11,1% | 18,2% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 8,7% | 7,3% |
| NS/NC | 0,9% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 2,4% |

Base: 445 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 2,3% | 0,0% | 1,1% | 3,3% | 2,8% |
| 2. Centro | 51,6% | 23,4% | 37,2% | 60,9% | 73,2% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,7% | 0,0% | 5,9% | 4,4% | 5,6% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,0% | 0,0% | 0,5% | 1,8% | 0,0% |
| 5. San José | 0,7% | 0,0% | 1,6% | 0,4% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,3% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,9% | 0,0% | 1,6% | 0,4% | 1,4% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,5% | 0,0% | 0,5% | 0,4% | 1,4% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 43,8% | 76,6% | 55,9% | 37,3% | 15,5% |
| 10. Actur | 24,4% | 25,5% | 34,6% | 21,0% | 9,9% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,3% | 0,0% | 0,5% | 0,4% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 1,1% | 0,7% | 1,4% |
| 13. Arrabal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,8% | 6,4% | 5,3% | 3,0% | 1,4% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 2,8% |

Base: 872 casos

Cruce por sexo

| P2_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 2,3% | 2,9% | 2,0% |
| 2. Centro | 51,6% | 43,9% | 55,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,7% | 5,2% | 4,5% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,0% | 1,2% | 1,0% |
| 5. San José | 0,7% | 0,0% | 1,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,3% | 0,0% | 0,5% |
| 7. Almozara | 0,9% | 0,6% | 1,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,5% | 0,6% | 0,5% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 43,8% | 49,7% | 41,3% |
| 10. Actur | 24,4% | 26,6% | 23,5% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,3% | 0,0% | 0,5% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 1,2% |
| 13. Arrabal | 0,2% | 0,0% | 0,2% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,8% | 2,3% | 4,5% |
| NS/NC | 0,7% | 1,2% | 0,5% |

Base: 872 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|------------|-------|--------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 2,3% | 0,0% | 3,1% | 1,6% | 2,2% | 2,3% | 4,8% |
| 2. Centro | 51,6% | 33,3% | 52,1% | 49,5% | 53,6% | 52,3% | 52,4% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,7% | 0,0% | 7,3% | 6,8% | 2,2% | 3,4% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernand Católico | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 2,2% | 1,1% | 0,0% |
| 5. San José | 0,7% | 0,0% | 1,0% | 1,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,6% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,9% | 33,3% | 0,0% | 0,5% | 0,6% | 1,1% | 4,8% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,5% | 0,0% | 1,0% | 0,5% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 43,8% | 0,0% | 45,8% | 44,2% | 41,3% | 48,9% | 38,1% |
| 10. Actur | 24,4% | 0,0% | 24,0% | 28,4% | 24,0% | 21,6% | 9,5% |
| 11. Periferia | 0,3% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 33,3% | 1,0% | 0,5% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,2% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,8% | 0,0% | 2,1% | 3,2% | 5,0% | 4,5% | 4,8% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 1,0% | 0,5% | 0,0% | 2,3% | 0,0% |

Base: 872 casos

Cruce por zona de residencia

| P2_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Val | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 2,3% | 0,0% | 4,5% | 1,2% | 0,0% | 3,4% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 2,5% | 6,0% | 0,0% | 2,4% | 2,1% |
| 2. Centro | 51,6% | 65,6% | 0,0% | 60,0% | 75,0% | 62,7% | 55,6% | 57,7% | 24,1% | 53,3% | 65,0% | 40,0% | 74,2% | 44,0% | 37,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,7% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,1% | 5,6% | 3,8% | 37,9% | 13,3% | 0,0% | 2,0% | 3,2% | 2,4% | 4,2% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,0% | 6,3% | 4,5% | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,4% | 0,0% |
| 5. San José | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,9% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 2,1% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 2,1% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 43,8% | 37,5% | 77,3% | 37,6% | 45,0% | 45,8% | 52,8% | 15,4% | 41,4% | 0,0% | 37,5% | 58,0% | 32,3% | 39,3% | 70,8% |
| 10. Actur | 24,4% | 21,9% | 31,8% | 29,4% | 10,0% | 11,9% | 19,4% | 53,8% | 10,3% | 13,3% | 0,0% | 52,0% | 6,5% | 41,7% | 8,3% |
| 11. Periferia | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 4,5% | 1,2% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,8% | 6,3% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 2,8% | 7,7% | 6,9% | 13,3% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 7,1% | 6,3% |
| NS/NC | 0,7% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 2,1% |

Base: 872 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|------------|-------|--------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 2,3% | 0,0% | 3,1% | 1,6% | 2,2% | 2,3% | 4,8% |
| 2. Centro | 51,6% | 33,3% | 52,1% | 49,5% | 53,6% | 52,3% | 52,4% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,7% | 0,0% | 7,3% | 6,8% | 2,2% | 3,4% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernand Católico | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 2,2% | 1,1% | 0,0% |
| 5. San José | 0,7% | 0,0% | 1,0% | 1,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,6% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,9% | 33,3% | 0,0% | 0,5% | 0,6% | 1,1% | 4,8% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,5% | 0,0% | 1,0% | 0,5% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 43,8% | 0,0% | 45,8% | 44,2% | 41,3% | 48,9% | 38,1% |
| 10. Actur | 24,4% | 0,0% | 24,0% | 28,4% | 24,0% | 21,6% | 9,5% |
| 11. Periferia | 0,3% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 33,3% | 1,0% | 0,5% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,2% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,8% | 0,0% | 2,1% | 3,2% | 5,0% | 4,5% | 4,8% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 1,0% | 0,5% | 0,0% | 2,3% | 0,0% |

Base: 872 casos

Cruce por zona de residencia

| P2_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Val | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 2,3% | 0,0% | 4,5% | 1,2% | 0,0% | 3,4% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 2,5% | 6,0% | 0,0% | 2,4% | 2,1% |
| 2. Centro | 51,6% | 65,6% | 0,0% | 60,0% | 75,0% | 62,7% | 55,6% | 57,7% | 24,1% | 53,3% | 65,0% | 40,0% | 74,2% | 44,0% | 37,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,7% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,1% | 5,6% | 3,8% | 37,9% | 13,3% | 0,0% | 2,0% | 3,2% | 2,4% | 4,2% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,0% | 6,3% | 4,5% | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,4% | 0,0% |
| 5. San José | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,9% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 2,1% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 2,1% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 43,8% | 37,5% | 77,3% | 37,6% | 45,0% | 45,8% | 52,8% | 15,4% | 41,4% | 0,0% | 37,5% | 58,0% | 32,3% | 39,3% | 70,8% |
| 10. Actur | 24,4% | 21,9% | 31,8% | 29,4% | 10,0% | 11,9% | 19,4% | 53,8% | 10,3% | 13,3% | 0,0% | 52,0% | 6,5% | 41,7% | 8,3% |
| 11. Periferia | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 4,5% | 1,2% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,8% | 6,3% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 2,8% | 7,7% | 6,9% | 13,3% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 7,1% | 6,3% |
| NS/NC | 0,7% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 2,1% |

Base: 872 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P2D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de ropa, calzado y complementos? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Andando | 52,8% | 35,5% | 41,4% | 57,2% | 66,0% | 50,7% | 53,7% |
| En coche | 39,0% | 58,1% | 57,0% | 33,6% | 17,0% | 46,7% | 35,5% |
| En autobús | 23,3% | 16,1% | 16,5% | 27,4% | 26,4% | 14,4% | 27,2% |
| En tren | 0,9% | 1,6% | 1,2% | 0,5% | 1,3% | 0,7% | 1,0% |
| En moto | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,2% |
| En bicicleta | 0,7% | 1,6% | 0,4% | 1,0% | 0,0% | 1,1% | 0,5% |
| Taxi | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 3,9% | 0,0% | 4,4% | 3,5% | 5,7% | 3,3% | 4,2% |
| Otro | 0,3% | 0,0% | 0,8% | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,3% |
| NS/NC | 0,8% | 4,8% | 0,0% | 0,7% | 0,6% | 1,5% | 0,5% |

Base: 872 casos

| P2D_OTRO. Valor | Porcentaje |
|----------------------|---------------|
| - | 99,7% |
| INTERNET | 0,2% |
| SERVICIO A DOMICILIO | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de ropa, calzado y complementos? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|--------------|------------|--------------|------------|-------|-------|
| Andando | 52,8% | 60,0% | 52,3% | 48,6% | 54,1% | 55,6% | 62,8% |
| En coche | 39,0% | 20,0% | 30,7% | 43,5% | 41,6% | 39,1% | 27,9% |
| En autobús | 23,3% | 20,0% | 32,0% | 25,9% | 21,2% | 12,0% | 23,3% |
| En tren | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,8% | 2,3% | 0,0% |
| En moto | 0,2% | 0,0% | 0,7% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,4% | 0,8% | 2,3% |
| Taxi | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 3,9% | 10,0% | 2,6% | 3,6% | 4,7% | 4,5% | 2,3% |
| Otro | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,8% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 1,3% | 1,1% | 0,4% | 0,8% | 0,0% |

Base: 872 casos

Cruce por zona de residencia

| P2D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de ropa, calzado y complementos? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Andando | 52,8% | 80,7% | 75,0% | 67,9% | 69,7% | 72,8% | 63,0% | 43,8% | 40,0% | 45,7% | 61,7% | 9,4% | 33,3% | 28,1% | 10,2% |
| En coche | 39,0% | 17,5% | 25,0% | 25,7% | 30,3% | 27,2% | 31,5% | 28,1% | 55,0% | 45,7% | 34,6% | 75,5% | 31,0% | 60,4% | 75,5% |
| En autobús | 23,3% | 10,5% | 10,3% | 22,9% | 9,1% | 22,2% | 22,2% | 53,1% | 22,5% | 39,1% | 13,6% | 34,0% | 42,9% | 31,3% | 8,2% |
| En tren | 0,9% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 2,2% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,1% |
| En moto | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,7% | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 3,1% | 0,0% |
| Taxi | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 3,9% | 5,3% | 2,9% | 1,4% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,9% | 1,9% | 7,1% | 1,0% | 22,4% |
| Otro | 0,3% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% |

Base: 872 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P2E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Cercanía/proximidad | 61,5% | 66,7% | 67,9% | 53,7% | 71,6% |
| Mejores precios | 20,6% | 25,0% | 23,8% | 22,1% | 13,6% |
| Mayor calidad | 30,2% | 25,0% | 21,4% | 37,4% | 23,9% |
| Mayor variedad/surtido producto | 21,9% | 25,0% | 26,2% | 22,6% | 15,9% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 1,1% |
| Horarios | 1,6% | 8,3% | 1,2% | 2,1% | 0,0% |
| Costumbre | 19,5% | 8,3% | 19,0% | 19,5% | 21,6% |
| Confianza | 25,4% | 8,3% | 19,0% | 28,9% | 26,1% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 4,3% | 0,0% | 7,1% | 4,7% | 1,1% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 2,3% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,8% | 0,0% | 2,4% | 0,5% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,5% | 0,0% | 1,2% | 0,5% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,8% | 0,0% | 1,2% | 0,5% | 1,1% |
| Variedad de tiendas/oferta | 4,5% | 8,3% | 9,5% | 4,2% | 0,0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 2,1% | 0,0% | 2,4% | 1,6% | 3,4% |
| Otros motivos | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 3,7% | 4,5% |
| Atención al cliente | 3,2% | 0,0% | 1,2% | 4,7% | 2,3% |

Base: 456 casos

Cruce por sexo

| P2E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| Cercanía/proximidad | 61,5% | 68,8% | 58,4% |
| Mejores precios | 20,6% | 19,6% | 21,0% |
| Mayor calidad | 30,2% | 25,0% | 32,4% |
| Mayor variedad/surtido producto | 21,9% | 17,0% | 24,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,8% | 0,0% | 1,1% |
| Horarios | 1,6% | 4,5% | 0,4% |
| Costumbre | 19,5% | 16,1% | 21,0% |
| Confianza | 25,4% | 30,4% | 23,3% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 4,3% | 3,6% | 4,6% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,9% | 2,7% | 1,5% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,5% | 1,8% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,8% | 1,8% | 0,4% |
| Tengo familiares allí | 0,5% | 0,9% | 0,4% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,8% | 0,9% | 0,8% |
| Variedad de tiendas/oferta | 4,5% | 3,6% | 5,0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 2,1% | 0,9% | 2,7% |
| Otros motivos | 2,9% | 3,6% | 2,7% |
| Atención al cliente | 3,2% | 0,9% | 4,2% |

Base: 456 casos

| P2E_1_OTRO. Valor | Porcentaje |
|--|---------------|
| - | 98,9% |
| CUANDO LE GUSTA ALGO DE SU BARRIO, LO COMPRA | 0,2% |
| ESTÉTICA DE PRODUCTO | 0,1% |
| FACILIDADES A LA HORA DE PAGAR | 0,1% |
| GARANTÍAS | 0,3% |
| ME GUSTA EL PRODUCTO | 0,4% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P2E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|--------------|--------------|------------|--------------|-------|
| Cercanía/proximidad | 61,5% | 66,7% | 64,2% | 60,7% | 54,2% | 72,5% | 66,7% |
| Mejores precios | 20,6% | 0,0% | 24,7% | 19,7% | 19,6% | 19,6% | 20,0% |
| Mayor calidad | 30,2% | 0,0% | 27,2% | 25,6% | 41,1% | 27,5% | 20,0% |
| Mayor variedad/surtido producto | 21,9% | 0,0% | 22,2% | 23,1% | 23,4% | 17,6% | 20,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,8% | 0,0% | 1,2% | 0,9% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 1,6% | 0,0% | 2,5% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 6,7% |
| Costumbre | 19,5% | 33,3% | 16,0% | 22,2% | 19,6% | 9,8% | 46,7% |
| Confianza | 25,4% | 33,3% | 19,8% | 29,1% | 29,0% | 19,6% | 20,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 4,3% | 0,0% | 6,2% | 5,1% | 3,7% | 2,0% | 0,0% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,9% | 0,0% | 2,5% | 1,7% | 1,9% | 2,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,5% | 0,0% | 1,2% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 4,5% | 0,0% | 6,2% | 6,0% | 0,9% | 7,8% | 0,0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 1,9% | 7,8% | 6,7% |
| Otros motivos | 2,9% | 0,0% | 3,7% | 3,4% | 0,0% | 7,8% | 0,0% |
| Atención al cliente | 3,2% | 0,0% | 3,7% | 2,6% | 1,9% | 7,8% | 0,0% |

Base: 456 casos

Cruce por zona de residencia

| P2E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fern el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almoza ra | 8. Oliver- Vald | 9. Torrero -Pto V | 10. Actur | 11. Periferi a | 12. Romar eda | 13. Arrabal | 14. Casabl- Valdes | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------|-------------------|-----------|----------------|---------------|-------------|--------------------|-------------------|
| Cercanía/proximidad | 61,5% | 75,7% | 75,0% | 73,0% | 63,2% | 65,2% | 58,6% | 45,5% | 26,7% | 42,1% | 53,8% | 54,5% | 66,7% | 40,0% | 16,7% |
| Mejores precios | 20,6% | 16,2% | 13,6% | 20,3% | 31,6% | 13,0% | 31,0% | 18,2% | 20,0% | 21,1% | 30,8% | 45,5% | 8,3% | 24,0% | 0,0% |
| Mayor calidad | 30,2% | 40,5% | 31,8% | 25,7% | 31,6% | 32,6% | 31,0% | 54,5% | 20,0% | 10,5% | 42,3% | 18,2% | 33,3% | 20,0% | 33,3% |
| Mayor variedad/surtido producto | 21,9% | 16,2% | 20,5% | 16,2% | 21,1% | 26,1% | 20,7% | 18,2% | 40,0% | 26,3% | 23,1% | 36,4% | 8,3% | 24,0% | 50,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,8% | 2,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% |
| Horarios | 1,6% | 2,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 18,2% | 0,0% | 4,0% | 0,0% |
| Costumbre | 19,5% | 13,5% | 9,1% | 16,2% | 21,1% | 28,3% | 6,9% | 27,3% | 26,7% | 47,4% | 26,9% | 36,4% | 0,0% | 16,0% | 33,3% |
| Confianza | 25,4% | 32,4% | 13,6% | 33,8% | 10,5% | 23,9% | 24,1% | 45,5% | 20,0% | 26,3% | 34,6% | 9,1% | 8,3% | 24,0% | 33,3% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 4,3% | 2,7% | 6,8% | 1,4% | 5,3% | 6,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,5% | 3,8% | 18,2% | 0,0% | 8,0% | 0,0% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,9% | 2,7% | 4,5% | 0,0% | 5,3% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,5% | 2,7% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,8% | 2,7% | 2,3% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,8% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 4,5% | 2,7% | 11,4% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 5,3% | 3,8% | 36,4% | 0,0% | 12,0% | 0,0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 2,1% | 2,7% | 0,0% | 1,4% | 5,3% | 0,0% | 6,9% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% |
| Otros motivos | 2,9% | 0,0% | 6,8% | 2,7% | 10,5% | 2,2% | 6,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% |
| Atención al cliente | 3,2% | 2,7% | 0,0% | 4,1% | 10,5% | 0,0% | 13,8% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 456 casos

Estudio de la Demanda Comercial de la ciudad de Zaragoza (PLEC 2015-2018)

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

P2E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio?

| | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Comodidad | 24,5% | 19,2% | 25,1% | 24,1% | 27,2% |
| Mejores precios | 20,0% | 19,2% | 22,3% | 19,4% | 17,5% |
| Mayor calidad | 18,2% | 23,1% | 16,1% | 18,4% | 19,4% |
| Mayor variedad/surtido producto | 50,4% | 53,8% | 53,6% | 52,4% | 35,9% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,8% | 3,8% | 0,5% | 2,5% | 1,0% |
| Horarios | 1,9% | 3,8% | 0,9% | 2,2% | 1,9% |
| Costumbre | 13,1% | 1,9% | 10,4% | 15,2% | 17,5% |
| Confianza | 10,9% | 1,9% | 7,6% | 14,0% | 12,6% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 8,4% | 3,8% | 12,3% | 6,7% | 7,8% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 3,5% | 0,0% | 3,8% | 4,1% | 2,9% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,9% | 5,8% | 3,8% | 2,5% | 1,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,5% | 0,0% | 3,8% | 0,6% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 3,9% |
| Combinación con actividades de ocio | 3,5% | 1,9% | 2,8% | 3,8% | 4,9% |
| Variedad de tiendas/oferta | 18,4% | 25,0% | 24,2% | 14,6% | 14,6% |
| Apoyo al pequeño comercio | 1,3% | 0,0% | 1,4% | 1,6% | 1,0% |
| Otros motivos | 4,7% | 0,0% | 2,4% | 5,7% | 8,7% |
| Atención al cliente | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 1,0% |

Base: 588 casos

Cruce por sexo

P2E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio?

| | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| Comodidad | 24,5% | 28,1% | 22,9% |
| Mejores precios | 20,0% | 20,5% | 19,7% |
| Mayor calidad | 18,2% | 19,0% | 17,8% |
| Mayor variedad/surtido producto | 50,4% | 48,6% | 51,2% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,8% | 1,0% | 2,1% |
| Horarios | 1,9% | 1,4% | 2,1% |
| Costumbre | 13,1% | 11,4% | 13,8% |
| Confianza | 10,9% | 12,9% | 10,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 8,4% | 7,6% | 8,7% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 3,5% | 2,4% | 4,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,9% | 5,2% | 1,9% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,5% | 1,0% | 1,7% |
| Tengo familiares allí | 0,7% | 1,4% | 0,4% |
| Combinación con actividades de ocio | 3,5% | 4,8% | 3,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 18,4% | 17,1% | 18,9% |
| Apoyo al pequeño comercio | 1,3% | 1,9% | 1,1% |
| Otros motivos | 4,7% | 2,4% | 5,7% |
| Atención al cliente | 0,3% | 0,0% | 0,4% |
| NS/NC | 0,4% | 0,5% | 0,4% |

Base: 588 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P2E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|--------------|--------------|------------|-------|-------|
| Comodidad | 24,5% | 16,7% | 16,1% | 26,2% | 25,5% | 25,9% | 33,3% |
| Mejores precios | 20,0% | 16,7% | 31,3% | 19,2% | 16,3% | 16,7% | 21,2% |
| Mayor calidad | 18,2% | 33,3% | 22,3% | 17,3% | 19,2% | 11,1% | 24,2% |
| Mayor variedad/surtido producto | 50,4% | 33,3% | 51,8% | 53,7% | 49,0% | 47,2% | 45,5% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,8% | 0,0% | 2,7% | 1,9% | 2,4% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 1,9% | 16,7% | 2,7% | 1,9% | 1,4% | 0,9% | 3,0% |
| Costumbre | 13,1% | 0,0% | 13,4% | 13,1% | 14,9% | 13,0% | 3,0% |
| Confianza | 10,9% | 33,3% | 9,8% | 8,9% | 14,4% | 11,1% | 0,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 8,4% | 0,0% | 7,1% | 11,2% | 7,2% | 6,5% | 9,1% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 3,5% | 0,0% | 0,9% | 5,6% | 3,4% | 2,8% | 3,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,9% | 0,0% | 1,8% | 3,7% | 2,4% | 4,6% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,5% | 0,0% | 0,9% | 2,3% | 1,4% | 0,9% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,7% | 0,0% | 0,9% | 0,9% | 0,5% | 0,9% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 3,5% | 0,0% | 3,6% | 5,1% | 2,9% | 1,9% | 3,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 18,4% | 16,7% | 13,4% | 21,0% | 17,3% | 19,4% | 21,2% |
| Apoyo al pequeño comercio | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 1,4% | 2,8% | 0,0% |
| Otros motivos | 4,7% | 0,0% | 6,3% | 3,3% | 5,3% | 6,5% | 0,0% |
| Atención al cliente | 0,3% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |

Base: 588 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

| P2E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de ropa, calzado y complementos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avda.. Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fer. Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald | 9. Torrero-Pto V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romarreda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|---------------------------|---------------------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------------|-----------|---------------|---------------|-------------|--------------|-------------------|
| Comodidad | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% | 24,5% |
| Mejores precios | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 20,0% |
| Mayor calidad | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% | 18,2% |
| Mayor variedad/surtido producto | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% | 50,4% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% | 1,8% |
| Horarios | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% | 1,9% |
| Costumbre | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% | 13,1% |
| Confianza | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% | 10,9% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% | 8,4% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% | 2,9% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% | 1,5% |
| Tengo familiares allí | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% | 0,7% |
| Combinación con actividades de ocio | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% | 3,5% |
| Variedad de tiendas/oferta | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% | 18,4% |
| Apoyo al pequeño comercio | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% | 1,3% |
| Otros motivos | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% | 4,7% |
| Atención al cliente | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% | 0,3% |
| NS/NC | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% | 0,4% |

Base: 588 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P3A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento del hogar? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 33,6% | 35,0% | 26,7% | 38,7% | 34,0% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 1,9% |
| Galería Comercial | 1,4% | 5,0% | 0,0% | 1,9% | 1,9% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 16,7% | 10,0% | 18,3% | 13,5% | 24,5% |
| Corte Inglés | 26,1% | 5,0% | 18,3% | 32,9% | 32,1% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 15,8% | 40,0% | 21,7% | 11,6% | 5,7% |
| Mediana superficie especializada (IKEA, Leroy Merlin, MediaMarkt...) | 20,1% | 25,0% | 29,2% | 15,5% | 11,3% |
| Otros (especificar) | 4,0% | 0,0% | 5,8% | 3,2% | 3,8% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% |

Base: 348 casos

Cruce por sexo

| P3A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento del hogar? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 33,6% | 29,4% | 35,8% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,6% | 0,8% | 0,4% |
| Galería Comercial | 1,4% | 0,8% | 1,7% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 16,7% | 19,3% | 15,3% |
| Corte Inglés | 26,1% | 25,2% | 26,6% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 15,8% | 21,8% | 12,7% |
| Mediana superficie especializada (IKEA, Leroy Merlin, MediaMarkt...) | 20,1% | 26,9% | 16,6% |
| Otros (especificar) | 4,0% | 3,4% | 4,4% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,9% |

Base: 348 casos

| P3A_OTROS. Valor | Porcentaje |
|----------------------------------|---------------|
| - | 98,6% |
| A UN FAMILIAR | 0,1% |
| ANTICUARIO | 0,1% |
| BALAY EN ZARAGOZA | 0,1% |
| CATÁLOGO | 0,1% |
| FÁBRICA | 0,6% |
| FERIA DEL MOBILIARIO EN ZARAGOZA | 0,1% |
| INTERNET | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P3A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento del hogar? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|---------------|------------|-------|--------------|--------------|-------|
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 33,6% | 0,0% | 22,7% | 36,0% | 37,1% | 30,6% | 42,9% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% |
| Galería Comercial | 1,4% | 0,0% | 4,5% | 1,0% | 1,7% | 0,0% | 0,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 16,7% | 100,0% | 20,5% | 22,0% | 12,9% | 12,5% | 7,1% |
| Corte Inglés | 26,1% | 0,0% | 31,8% | 13,0% | 31,0% | 31,9% | 35,7% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 15,8% | 0,0% | 9,1% | 18,0% | 18,1% | 13,9% | 14,3% |
| Mediana superficie especializada (IKEA, Leroy Merlin, MediaMarkt...) | 20,1% | 0,0% | 15,9% | 22,0% | 19,0% | 23,6% | 14,3% |
| Otros (especificar) | 4,0% | 50,0% | 11,4% | 3,0% | 2,6% | 2,8% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |

Base: 348 casos

Cruce por zona de residencia

| P3A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de equipamiento del hogar? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdeferro | 9. Torrero-Venecia | 10. Actura | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|----------------------|--------------------|------------|---------------|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 33,6% | 40,0% | 45,5% | 43,2% | 44,4% | 34,2% | 55,6% | 46,7% | 14,3% | 20,0% | 39,3% | 19,0% | 20,8% | 27,8% | 15,2% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% |
| Galería Comercial | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 14,3% | 0,0% | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 16,7% | 20,0% | 12,1% | 9,1% | 0,0% | 10,5% | 16,7% | 26,7% | 28,6% | 10,0% | 32,1% | 14,3% | 12,5% | 22,2% | 18,2% |
| Corte Inglés | 26,1% | 24,0% | 33,3% | 11,4% | 22,2% | 42,1% | 33,3% | 33,3% | 7,1% | 30,0% | 25,0% | 19,0% | 45,8% | 19,4% | 21,2% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 15,8% | 16,0% | 9,1% | 15,9% | 22,2% | 10,5% | 16,7% | 6,7% | 14,3% | 10,0% | 3,6% | 33,3% | 20,8% | 19,4% | 24,2% |
| Mediana superficie especializada (IKEA, Leroy Merlin, MediaMarkt...) | 20,1% | 16,0% | 21,2% | 20,5% | 11,1% | 15,8% | 5,6% | 13,3% | 14,3% | 20,0% | 28,6% | 28,6% | 8,3% | 22,2% | 36,4% |
| Otros (especificar) | 4,0% | 0,0% | 3,0% | 6,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 7,1% | 20,0% | 7,1% | 4,8% | 4,2% | 2,8% | 3,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% |

Base: 348 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3B_1. Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en Estos establecimientos, ¿Se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Mi zona o barrio | 73,6% | 57,1% | 75,0% | 75,8% | 70,0% | 78,4% | 71,4% |
| Otra zona o barrio | 35,5% | 57,1% | 31,3% | 37,1% | 30,0% | 32,4% | 36,9% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 2,7% | 2,4% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 348 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P3B_1. Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en Estos establecimientos, ¿Se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|--------------|--------------|------------|-------|--------|
| Mi zona o barrio | 73,6% | 0,0% | 54,5% | 78,4% | 69,8% | 75,0% | 100,0% |
| Otra zona o barrio | 35,5% | 0,0% | 54,5% | 35,1% | 37,2% | 33,3% | 0,0% |
| Fuera de la ciudad | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,7% | 4,2% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 348 casos

| P3B_1BONDE. Valor | Porcentaje |
|-----------------------|---------------|
| - | 99,8% |
| MONTAÑANA | 0,1% |
| VILLANUEVA DE GALLEGO | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P3B_1. Ud. me ha dicho que compra ropa, calzado y complementos habitualmente en Estos establecimientos, ¿Se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera de la ciudad? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 73,6 | 80,0 | 93,3 | 78,9 | 100,0 | 92,3 | 90,0 | 71,4 | 50,0 | 50,0 | 72,7 | 25,0 | 71,4 | 30,0 | 40,0 |
| Otra zona o barrio | 35,5 | 30,0 | 13,3 | 36,8 | 0,0 | 38,5 | 20,0 | 28,6 | 50,0 | 50,0 | 27,3 | 100,0 | 28,6 | 70,0 | 60,0 |
| Fuera de la ciudad | 2,5 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 25,0 | 0,0 | 9,1 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 20,0 |

Base: 348 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 53,5% | 25,0% | 70,0% | 47,8% | 66,7% | 50,0% | 54,8% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 7,0% | 0,0% | 0,0% | 8,7% | 16,7% | 8,3% | 6,5% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 8,3% | 0,0% |
| 5. San José | 4,7% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 6,5% |
| 6. Las Fuentes | 4,7% | 0,0% | 10,0% | 4,3% | 0,0% | 16,7% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,3% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 11,6% | 25,0% | 10,0% | 13,0% | 0,0% | 8,3% | 12,9% |
| 10. Actur | 11,6% | 25,0% | 0,0% | 17,4% | 0,0% | 8,3% | 12,9% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 8,3% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 7,0% | 25,0% | 10,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 9,7% |

Base: 43 casos

| P3B_2OTROS. Valor | Porcentaje |
|---|---------------|
| - | 99,7% |
| CARRETERA LOGROÑO, TIENDA LG, TIENDA ESPECIALIZADA EN SOFAS | 0,1% |
| MIRA LOS PRECIOS ANTES Y DECIDE | 0,1% |
| POLÍGONO DE MALPICA | 0,1% |
| | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P3B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 53,5% | 0,0% | 33,3% | 38,5% | 62,5% | 75,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 7,0% | 0,0% | 16,7% | 15,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% |
| 5. San José | 4,7% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 4,7% | 0,0% | 0,0% | 15,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 11,6% | 0,0% | 0,0% | 23,1% | 6,3% | 12,5% | 0,0% |
| 10. Actur | 11,6% | 0,0% | 16,7% | 15,4% | 6,3% | 12,5% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 7,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 12,5% | 0,0% | 0,0% |

Base: 43 casos

Cruce por zona de residencia

| P3B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Pto V | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 53,5% | 100,0% | 0,0% | 57,1% | 0,0% | 40,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 50,0% | 100,0% | 42,9% | 66,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 7,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 28,6% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 4,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 4,7% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 11,6% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% |
| 10. Actur | 11,6% | 0,0% | 50,0% | 14,3% | 0,0% | 20,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 7,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |

Base: 43 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 16,7% | 0,0% | 21,7% | 19,0% | 7,1% | 16,0% | 17,1% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% | 0,0% | 8,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,7% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 16,7% | 0,0% | 8,7% | 28,6% | 14,3% | 12,0% | 20,0% |
| Carrefour (Actur) | 25,0% | 0,0% | 30,4% | 19,0% | 28,6% | 28,0% | 22,9% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avda. Madrid-Delicias) | 18,3% | 0,0% | 17,4% | 19,0% | 21,4% | 28,0% | 11,4% |
| Hipercor (C.C. Grancasa) (Actur) | 25,0% | 50,0% | 26,1% | 14,3% | 35,7% | 16,0% | 31,4% |
| Hipercor (C.C. Puerto Venecia) | 21,7% | 50,0% | 34,8% | 9,5% | 14,3% | 20,0% | 22,9% |
| Otro | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 4,0% | 0,0% |
| NS/NC | 5,0% | 0,0% | 4,3% | 4,8% | 7,1% | 0,0% | 8,6% |

Base: 58 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P3C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|------------|-------|------------|-------|--------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 16,7% | 0,0% | 11,1% | 16,7% | 6,7% | 33,3% | 100,0% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 16,7% | 50,0% | 22,2% | 12,5% | 20,0% | 11,1% | 0,0% |
| Carrefour (Actur) | 25,0% | 50,0% | 33,3% | 29,2% | 13,3% | 11,1% | 100,0% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avda. Mad-Del) | 18,3% | 0,0% | 22,2% | 20,8% | 13,3% | 22,2% | 0,0% |
| Hipercor (C.C. Grancasa) (Actur) | 25,0% | 0,0% | 22,2% | 16,7% | 40,0% | 22,2% | 100,0% |
| Hipercor (C.C. Puerto Venecia) | 21,7% | 0,0% | 44,4% | 12,5% | 26,7% | 22,2% | 0,0% |
| Otro | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 5,0% | 0,0% | 11,1% | 4,2% | 0,0% | 11,1% | 0,0% |

Base: 58 casos

| P3C_2OTRO. Valor | Porcentaje |
|----------------------------------|---------------|
| - | 99,9% |
| CARREFOUR AVDA. NAVARRA (ZONA 3) | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P3C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 16,7% | 20,0% | 50,0% | 16,7% | 0,0% | 75,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 16,7% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 12,5% | 0,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 16,7% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 100,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% |
| Carrefour (Actur) | 25,0% | 40,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 44,4% | 66,7% | 0,0% | 50,0% | 0,0% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avda. Mad-Del) | 18,3% | 20,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 33,3% | 66,7% | 25,0% | 0,0% |
| Hipercor (C.C. Grancasa) (Actur) | 25,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 50,0% | 0,0% | 100,0% | 55,6% | 33,3% | 0,0% | 25,0% | 0,0% |
| Hipercor (C.C. Puerto Venecia) | 21,7% | 40,0% | 25,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 66,7% | 0,0% | 25,0% | 50,0% |
| Otro | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% |
| NS/NC | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 16,7% |

Base: 58 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P3C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 20,0% | 0,0% | 17,4% | 23,8% | 21,4% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 16,7% | 0,0% | 21,7% | 19,0% | 7,1% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 18,3% | 0,0% | 13,0% | 28,6% | 14,3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 21,7% | 50,0% | 34,8% | 9,5% | 14,3% |
| 10. Actur | 43,3% | 50,0% | 43,5% | 33,3% | 57,1% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,3% | 0,0% | 8,7% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 5,0% | 0,0% | 4,3% | 4,8% | 7,1% |

Base: 58 casos

Cruce por sexo

| P3C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 20,0% | 32,0% | 11,4% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 16,7% | 16,0% | 17,1% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 18,3% | 12,0% | 22,9% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 21,7% | 20,0% | 22,9% |
| 10. Actur | 43,3% | 36,0% | 48,6% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,3% | 0,0% | 5,7% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 5,0% | 0,0% | 8,6% |

Base: 58 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P3C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|--------------|--------------|--------------|-------|--------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 20,0% | 0,0% | 22,2% | 25,0% | 13,3% | 22,2% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 16,7% | 0,0% | 11,1% | 16,7% | 6,7% | 33,3% | 100,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 18,3% | 50,0% | 33,3% | 12,5% | 20,0% | 11,1% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 21,7% | 0,0% | 44,4% | 12,5% | 26,7% | 22,2% | 0,0% |
| 10. Actur | 43,3% | 50,0% | 44,4% | 37,5% | 53,3% | 33,3% | 100,0% |
| 11. Periferia | 3,3% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 5,0% | 0,0% | 11,1% | 4,2% | 0,0% | 11,1% | 0,0% |

Base: 58 casos

Cruce por zona de residencia

| P3C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 20,0% | 20,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 33,3% | 66,7% | 37,5% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 16,7% | 20,0% | 50,0% | 16,7% | 0,0% | 75,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 16,7% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 18,3% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 100,0% | 0,0% | 11,1% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 16,7% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 21,7% | 40,0% | 25,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 66,7% | 0,0% | 25,0% | 50,0% |
| 10. Actur | 43,3% | 40,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 100,0% | 50,0% | 0,0% | 100,0% | 88,9% | 66,7% | 0,0% | 62,5% | 0,0% |
| 11. Periferia | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 12,5% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 16,7% |

Base: 58 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3C_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 18,7% | 0,0% | 18,2% | 21,6% | 11,8% | 20,0% | 18,0% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 62,6% | 0,0% | 59,1% | 62,7% | 70,6% | 53,3% | 67,2% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 25,3% | 0,0% | 27,3% | 23,5% | 29,4% | 30,0% | 23,0% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 17,6% | 0,0% | 18,2% | 21,6% | 5,9% | 20,0% | 16,4% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% |

Base: 91 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P3C_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 18,7% | 0,0% | 14,3% | 38,5% | 11,1% | 26,1% | 0,0% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 62,6% | 0,0% | 64,3% | 23,1% | 72,2% | 65,2% | 80,0% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 25,3% | 0,0% | 35,7% | 30,8% | 19,4% | 26,1% | 20,0% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 17,6% | 0,0% | 0,0% | 38,5% | 16,7% | 17,4% | 20,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 7,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 91 casos

Cruce por zona de residencia

| P3C_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 18,7% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 33,3% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 85,7% | 50,0% | 9,1% | 42,9% | 0,0% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 62,6% | 66,7% | 81,8% | 80,0% | 0,0% | 62,5% | 50,0% | 60,0% | 0,0% | 66,7% | 42,9% | 25,0% | 72,7% | 57,1% | 85,7% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 25,3% | 66,7% | 18,2% | 40,0% | 50,0% | 37,5% | 33,3% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 42,9% | 0,0% | 9,1% | 14,3% | 0,0% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 17,6% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 50,0% | 37,5% | 0,0% | 20,0% | 100,0% | 0,0% | 14,3% | 25,0% | 9,1% | 28,6% | 14,3% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 91 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P3C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 73,6% | 0,0% | 72,7% | 70,6% | 88,2% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 17,6% | 0,0% | 18,2% | 21,6% | 5,9% |
| 10. Actur | 18,7% | 0,0% | 18,2% | 21,6% | 11,8% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 91 casos

Cruce por sexo

| P3C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 73,6% | 73,3% | 73,8% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 17,6% | 20,0% | 16,4% |
| 10. Actur | 18,7% | 20,0% | 18,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 3,3% | 0,0% |

Base: 91 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P3C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|--------------|--------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 73,6% | 0,0% | 78,6% | 38,5% | 80,6% | 78,3% | 80,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 17,6% | 0,0% | 0,0% | 38,5% | 16,7% | 17,4% | 20,0% |
| 10. Actur | 18,7% | 0,0% | 14,3% | 38,5% | 11,1% | 26,1% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 7,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 91 casos

Cruce por zona de residencia

| P3C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 73,6% | 100,0% | 81,8% | 100,0% | 50,0% | 81,3% | 66,7% | 80,0% | 0,0% | 66,7% | 42,9% | 25,0% | 81,8% | 57,1% | 85,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 17,6% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 50,0% | 37,5% | 0,0% | 20,0% | 100,0% | 0,0% | 14,3% | 25,0% | 9,1% | 28,6% | 14,3% |
| 10. Actur | 18,7% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 33,3% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 85,7% | 50,0% | 9,1% | 42,9% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 91 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|--------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 24,1% | 37,5% | 11,5% | 33,3% | 50,0% | 20,0% | 27,6% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 3,7% | 0,0% | 3,8% | 5,6% | 0,0% | 8,0% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 5,6% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 50,0% | 8,0% | 3,4% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 11,1% | 0,0% | 7,7% | 22,2% | 0,0% | 8,0% | 13,8% |
| C.C. Puerto Venecia (Ikea) – Torrero | 74,1% | 75,0% | 80,8% | 66,7% | 50,0% | 76,0% | 72,4% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 1,9% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% |
| C.C. Auditorama (Sabeco) - Romareda | 1,9% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% |
| Otro | 1,9% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,4% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% |

Cruce por perfil socioeconómico

| P3C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|------------|-------|--------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 24,1% | 0,0% | 50,0% | 29,4% | 19,0% | 20,0% | 0,0% |
| C.C. Puerta Cinegia - Casco histórico | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 5,6% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 9,5% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Augusta - Avenida Madrid-Delicias | 11,1% | 0,0% | 25,0% | 5,9% | 9,5% | 20,0% | 0,0% |
| C.C. Puerto Venecia – Torrero | 74,1% | 0,0% | 50,0% | 70,6% | 76,2% | 80,0% | 100,0% |
| C.C. Plaza Imperial - A2 | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Auditorama - Romareda | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% |

Base: 55 casos

| P3C_4 OTROS. Valor | Porcentaje |
|--------------------|------------|
| - | 99,9% |
| ARAGONIA | 0,1% |
| | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P3C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 24,1% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 28,6% | 20,0% | 42,9% | 12,5% |
| C.C. Puerta Cinegia - Casco histórico | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 5,6% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 14,3% | 0,0% |
| C.C. Augusta - Avenida Madrid-Delicias | 11,1% | 25,0% | 33,3% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 14,3% | 0,0% |
| C.C. Puerto Venecia – Torrero | 74,1% | 75,0% | 66,7% | 50,0% | 50,0% | 75,0% | 100,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 71,4% | 60,0% | 71,4% | 100,0% |
| C.C. Plaza Imperial - A2 | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| C.C. Auditorama - Romareda | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| Otro | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 55 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P3C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 3,7% | 0,0% | 3,8% | 5,6% | 0,0% |
| 2. Centro | 5,6% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 50,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 11,1% | 0,0% | 7,7% | 22,2% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 74,1% | 75,0% | 80,8% | 66,7% | 50,0% |
| 10. Actur | 24,1% | 37,5% | 11,5% | 33,3% | 50,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 3,7% | 12,5% | 3,8% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 1,9% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% |

Base: 55 casos

Cruce por sexo

| P3C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 3,7% | 8,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 5,6% | 8,0% | 3,4% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 11,1% | 8,0% | 13,8% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 74,1% | 76,0% | 72,4% |
| 10. Actur | 24,1% | 20,0% | 27,6% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 3,7% | 4,0% | 3,4% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 1,9% | 4,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 4,0% | 0,0% |

Base: 55 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P3C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|--------------|-------|------------|--------------|--------|
| 1. Casco histórico | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 5,6% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 9,5% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 11,1% | 0,0% | 25,0% | 5,9% | 9,5% | 20,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 74,1% | 0,0% | 50,0% | 70,6% | 76,2% | 80,0% | 100,0% |
| 10. Actur | 24,1% | 0,0% | 50,0% | 29,4% | 19,0% | 20,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% |

Base: 55 casos

Cruce por zona de residencia

| P3C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| 2. Centro | 5,6% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 14,3% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 11,1% | 25,0% | 33,3% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 14,3% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 74,1% | 75,0% | 66,7% | 50,0% | 50,0% | 75,0% | 100,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 71,4% | 60,0% | 71,4% | 100,0% |
| 10. Actur | 24,1% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 28,6% | 20,0% | 42,9% | 12,5% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 55 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Ikea | 53,6% | 60,0% | 61,8% | 54,2% | 0,0% | 58,1% | 50,0% |
| Leroy Merlin | 27,5% | 40,0% | 20,6% | 37,5% | 16,7% | 22,6% | 31,6% |
| Media Markt | 62,3% | 80,0% | 58,8% | 66,7% | 50,0% | 67,7% | 57,9% |
| Otro | 10,1% | 0,0% | 8,8% | 4,2% | 50,0% | 6,5% | 13,2% |
| NS/NC | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 3,2% | 0,0% |

Base: 70 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P3C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|--------------|-------|-------|
| Ikea | 53,6% | 0,0% | 42,9% | 57,1% | 59,1% | 47,1% | 50,0% |
| Leroy Merlin | 27,5% | 0,0% | 28,6% | 28,6% | 31,8% | 17,6% | 50,0% |
| Media Markt | 62,3% | 0,0% | 57,1% | 61,9% | 81,8% | 47,1% | 0,0% |
| Otro | 10,1% | 0,0% | 14,3% | 9,5% | 9,1% | 11,8% | 0,0% |
| NS/NC | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% |

Base: 70 casos

| P3C_5OTRO. Valor | Porcentaje |
|------------------|---------------|
| - | 99,3% |
| CONFORAMA | 0,4% |
| FNAC | 0,1% |
| PAIMAR | 0,2% |
| TOTAL | 100,0% |

Cruce por zona de residencia

| P3C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Ikea | 53,6% | 50,0% | 42,9% | 37,5% | 0,0% | 50,0% | 100,0% | 50,0% | 50,0% | 50,0% | 50,0% | 50,0% | 50,0% | 50,0% | 83,3% |
| Leroy Merlin | 27,5% | 25,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 100,0% | 100,0% | 0,0% | 50,0% | 50,0% | 16,7% | 0,0% | 25,0% | 33,3% |
| Media Markt | 62,3% | 25,0% | 28,6% | 75,0% | 100,0% | 66,7% | 100,0% | 50,0% | 100,0% | 50,0% | 87,5% | 66,7% | 50,0% | 50,0% | 66,7% |
| Otro | 10,1% | 25,0% | 28,6% | 12,5% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% |
| NS/NC | 1,4% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 70 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P3C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 4,3% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 33,3% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 91,3% | 100,0% | 94,1% | 95,8% | 50,0% |
| 10. Actur | 17,4% | 20,0% | 23,5% | 8,3% | 16,7% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% |

Base: 70 casos

Cruce por sexo

| P3C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 4,3% | 0,0% | 7,9% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 91,3% | 93,5% | 89,5% |
| 10. Actur | 17,4% | 16,1% | 18,4% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,4% | 3,2% | 0,0% |

Base: 70 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P3C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|------------|-------|--------|
| zonas | | | | | | | |
| 1. Casco histórico | 4,3% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 11,8% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 91,3% | 0,0% | 71,4% | 95,2% | 100,0% | 82,4% | 100,0% |
| 10. Actur | 17,4% | 0,0% | 14,3% | 23,8% | 13,6% | 17,6% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% |

Base: 70 casos

Cruce por zona de residencia

| P3C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|-------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------|-------------------|
| zonas | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. Casco histórico | 4,3% | 25,0% | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 91,3% | 50,0% | 71,4% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 50,0% | 87,5% | 100,0% |
| 10. Actur | 17,4% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 16,7% | 50,0% | 37,5% | 16,7% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,4% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 70 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Mi zona o barrio | 16,9% | 7,1% | 14,8% | 16,7% | 27,3% | 20,5% | 14,7% |
| Otra zona o barrio | 89,2% | 92,9% | 90,9% | 91,7% | 75,8% | 85,2% | 91,6% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,4% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 209 Casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P3B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------|------------|-------|------------|--------------|--------|
| Mi zona o barrio | 16,9% | 100,0% | 17,9% | 20,0% | 15,2% | 12,2% | 12,5% |
| Otra zona o barrio | 89,2% | 0,0% | 89,3% | 84,6% | 91,1% | 93,9% | 100,0% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 209 Casos

Cruce por zona de residencia

| P3B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 16,9% | 6,7% | 47,6% | 17,4% | 0,0% | 11,5% | 0,0% | 0,0% | 44,4% | 60,0% | 68,4% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otra zona o barrio | 89,2% | 93,3% | 61,9% | 91,3% | 100,0% | 96,2% | 100,0% | 100,0% | 55,6% | 60,0% | 63,2% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 209 Casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Mi zona o barrio | 37,9% | 26,3% | 31,0% | 42,2% | 45,1% | 40,4% | 36,6% |
| Otra zona o barrio | 73,0% | 84,2% | 77,0% | 73,5% | 58,8% | 73,7% | 72,7% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 1,2% | 0,0% | 0,9% | 2,0% | 0,0% | 1,8% | 0,9% |

Base: 348 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P3_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|--------|--------------|-------|------------|-------|-------|
| Mi zona o barrio | 37,9% | 100,0% | 28,9% | 42,7% | 35,7% | 35,3% | 50,0% |
| Otra zona o barrio | 73,0% | 0,0% | 81,6% | 66,7% | 76,8% | 76,5% | 57,1% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,7% | 1,5% | 0,0% |

Base: 348 casos

Cruce por zona de residencia

| P3_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 37,9% | 37,5% | 71,9% | 46,3% | 44,4% | 40,5% | 50,0% | 35,7% | 46,2% | 57,1% | 73,1% | 9,5% | 22,7% | 8,6% | 6,5% |
| Otra zona o barrio | 73,0% | 66,7% | 46,9% | 68,3% | 55,6% | 78,4% | 55,6% | 78,6% | 53,8% | 57,1% | 53,8% | 100,0% | 86,4% | 94,3% | 93,5% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 2,9% | 3,2% |

Base: 348 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| UNIRVAR_3ZONASSI. Zonas tratadas totales otros formatos | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 1,9% | 0,0% | 1,3% | 1,1% | 8,0% |
| 2. Centro | 28,7% | 0,0% | 17,5% | 36,7% | 52,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 6,7% | 0,0% | 6,3% | 6,7% | 12,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 3,3% | 0,0% | 6,3% | 1,1% | 4,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 3,3% | 0,0% | 1,3% | 4,4% | 8,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 57,4% | 71,4% | 73,8% | 50,0% | 24,0% |
| 10. Actur | 22,0% | 28,6% | 25,0% | 18,9% | 20,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,5% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,0% | 7,1% | 1,3% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,5% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 7,1% | 1,3% | 2,2% | 0,0% |

Base: 209 Casos

Cruce por sexo

| UNIRVAR_3ZONASSI. Zonas tratadas totales otros formatos | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------|-------|
| 1. Casco histórico | 1,9% | 2,6% | 1,5% |
| 2. Centro | 28,7% | 26,0% | 30,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 6,7% | 9,1% | 5,3% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 3,3% | 2,6% | 3,8% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 3,3% | 2,6% | 3,8% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 57,4% | 67,5% | 51,5% |
| 10. Actur | 22,0% | 19,5% | 23,5% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,5% | 0,0% | 0,8% |
| 12. Romareda | 1,0% | 1,3% | 0,8% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,5% | 1,3% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 2,6% | 1,5% |

Base: 209 Casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| UNIRVAR_3ZONASSI. Zonas tratadas totales otros formatos | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|--------------|--------------|------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 1,9% | 0,0% | 3,8% | 1,8% | 1,4% | 2,1% | 0,0% |
| 2. Centro | 28,7% | 0,0% | 42,3% | 9,1% | 34,7% | 33,3% | 37,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 6,7% | 0,0% | 11,5% | 7,3% | 5,6% | 6,3% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 3,3% | 0,0% | 3,8% | 3,6% | 1,4% | 4,2% | 12,5% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 3,3% | 0,0% | 7,7% | 1,8% | 4,2% | 2,1% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 57,4% | 0,0% | 38,5% | 65,5% | 58,3% | 56,3% | 62,5% |
| 10. Actur | 22,0% | 0,0% | 26,9% | 29,1% | 12,5% | 27,1% | 12,5% |
| 11. Periferia | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 1,4% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 3,8% | 1,8% | 0,0% | 4,2% | 0,0% |

Base: 209 Casos

Cruce por zona de residencia

| UNIRVAR_3ZONASSI. Zonas tratadas totales otros formatos | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avda.. Mad-Delicias | 4. Gran Vía-Fern. el Cató | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|------------------------|---------------------------|-------------|----------------|-------------|----------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 1,9% | 0,0% | 15,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 3,8% | 0,0% |
| 2. Centro | 28,7% | 40,0% | 0,0% | 23,8% | 20,0% | 52,0% | 40,0% | 44,4% | 0,0% | 50,0% | 23,1% | 5,9% | 55,6% | 19,2% | 21,4% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 6,7% | 13,3% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 5,9% | 16,7% | 15,4% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 3,3% | 6,7% | 15,4% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 3,6% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 3,3% | 0,0% | 7,7% | 9,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 3,6% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 57,4% | 40,0% | 61,5% | 57,1% | 60,0% | 56,0% | 50,0% | 22,2% | 100,0% | 0,0% | 76,9% | 82,4% | 27,8% | 53,8% | 78,6% |
| 10. Actur | 22,0% | 13,3% | 23,1% | 19,0% | 0,0% | 12,0% | 60,0% | 44,4% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 35,3% | 11,1% | 50,0% | 7,1% |
| 11. Periferia | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% |
| 12. Romareda | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,6% |

Base: 209 Casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P3_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 1,6% | 0,0% | 1,1% | 0,9% | 6,7% |
| 2. Centro | 33,1% | 5,9% | 22,7% | 39,1% | 56,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 6,9% | 0,0% | 5,7% | 7,3% | 13,3% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| 5. San José | 3,7% | 5,9% | 5,7% | 0,9% | 6,7% |
| 6. Las Fuentes | 0,8% | 0,0% | 1,1% | 0,9% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 3,3% | 0,0% | 2,3% | 3,6% | 6,7% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 49,8% | 58,8% | 67,0% | 42,7% | 20,0% |
| 10. Actur | 20,4% | 23,5% | 22,7% | 19,1% | 16,7% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,4% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,8% | 5,9% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 1,6% | 5,9% | 2,3% | 0,9% | 0,0% |
| NS/NC | 1,6% | 5,9% | 1,1% | 1,8% | 0,0% |

Base: 348 casos

Cruce por sexo

| P3_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 1,6% | 2,3% | 1,3% |
| 2. Centro | 33,1% | 29,1% | 35,2% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 6,9% | 9,3% | 5,7% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,4% | 1,2% | 0,0% |
| 5. San José | 3,7% | 2,3% | 4,4% |
| 6. Las Fuentes | 0,8% | 2,3% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 3,3% | 3,5% | 3,1% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 49,8% | 60,5% | 44,0% |
| 10. Actur | 20,4% | 18,6% | 21,4% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,4% | 0,0% | 0,6% |
| 12. Romareda | 0,8% | 1,2% | 0,6% |
| 13. Arrabal | 0,4% | 1,2% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 1,6% | 1,2% | 1,9% |
| NS/NC | 1,6% | 2,3% | 1,3% |

Base: 348 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P3_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 1,6% | 0,0% | 3,1% | 1,5% | 1,2% | 1,9% | 0,0% |
| 2. Centro | 33,1% | 0,0% | 40,6% | 13,8% | 39,5% | 40,7% | 37,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 6,9% | 0,0% | 12,5% | 9,2% | 4,7% | 5,6% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. El Católico | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| 5. San José | 3,7% | 0,0% | 9,4% | 3,1% | 1,2% | 3,7% | 12,5% |
| 6. Las Fuentes | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 3,3% | 0,0% | 6,3% | 1,5% | 4,7% | 1,9% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 49,8% | 0,0% | 31,3% | 56,9% | 50,0% | 50,0% | 62,5% |
| 10. Actur | 20,4% | 0,0% | 25,0% | 26,2% | 11,6% | 25,9% | 12,5% |
| 11. Periferia | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 1,2% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 3,5% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,6% | 0,0% | 3,1% | 1,5% | 0,0% | 3,7% | 0,0% |

Base: 348 casos

Cruce por zona de residencia

| P3_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 1,6% | 0,0% | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 3,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 33,1% | 47,1% | 0,0% | 32,1% | 20,0% | 51,7% | 40,0% | 36,4% | 0,0% | 60,0% | 40,0% | 14,3% | 63,2% | 24,2% | 26,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 6,9% | 11,8% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 9,1% | 14,3% | 0,0% | 6,7% | 4,8% | 15,8% | 18,2% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. El Católico | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 3,7% | 5,9% | 13,3% | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 3,0% | 3,3% |
| 6. Las Fuentes | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 3,6% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 3,3% | 0,0% | 6,7% | 7,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 18,2% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 3,3% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 49,8% | 35,3% | 60,0% | 42,9% | 60,0% | 51,7% | 50,0% | 18,2% | 71,4% | 0,0% | 66,7% | 66,7% | 26,3% | 42,4% | 73,3% |
| 10. Actur | 20,4% | 11,8% | 26,7% | 17,9% | 0,0% | 13,8% | 60,0% | 36,4% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 33,3% | 10,5% | 39,4% | 6,7% |
| 11. Periferia | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 6,1% | 0,0% |
| NS/NC | 1,6% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% |

Base: 348 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de mobiliario, menaje y electrodomésticos? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Andando | 41,7% | 30,0% | 31,7% | 44,5% | 60,4% | 37,8% | 43,7% |
| En coche | 52,6% | 80,0% | 63,3% | 49,7% | 26,4% | 58,0% | 49,8% |
| En autobús | 15,5% | 10,0% | 11,7% | 14,2% | 30,2% | 11,8% | 17,5% |
| En tren | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| En moto | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,4% |
| En bicicleta | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 1,7% | 0,0% |
| Taxi | 0,3% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 0,0% |
| Tranvía | 1,4% | 0,0% | 0,8% | 2,6% | 0,0% | 2,5% | 0,9% |
| Otro | 0,6% | 0,0% | 0,8% | 0,6% | 0,0% | 0,8% | 0,4% |
| NS/NC | 2,0% | 0,0% | 3,3% | 1,9% | 0,0% | 1,7% | 2,2% |

Base: 348 casos

| P3D_OTRO. Valor | Porcentaje |
|----------------------|---------------|
| - | 99,6% |
| INTERNET | 0,1% |
| SERVICIO A DOMICILIO | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P3D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de mobiliario, menaje y electrodomésticos?

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------|-------|--------------|--------------|-------|--------------|--------------|-------|
| Andando | 41,7% | 50,0% | 36,4% | 35,0% | 47,4% | 40,3% | 64,3% |
| En coche | 52,6% | 100,0% | 36,4% | 54,0% | 56,9% | 56,9% | 28,6% |
| En autobús | 15,5% | 0,0% | 36,4% | 12,0% | 12,9% | 11,1% | 21,4% |
| En tren | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| En moto | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% |
| Taxi | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tranvía | 1,4% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 2,6% | 1,4% | 0,0% |
| Otro | 0,6% | 0,0% | 2,3% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 2,0% | 0,0% | 6,8% | 3,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% |

Base: 348 casos

Cruce por zona de residencia

P3D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de mobiliario, menaje y electrodomésticos?

| | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozarra | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|--------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Andando | 41,7% | 68,0% | 72,7% | 45,5% | 77,8% | 60,5% | 55,6% | 46,7% | 14,3% | 40,0% | 46,4% | 9,5% | 37,5% | 11,1% | 9,1% |
| En coche | 52,6% | 32,0% | 27,3% | 38,6% | 44,4% | 44,7% | 27,8% | 46,7% | 85,7% | 60,0% | 50,0% | 90,5% | 58,3% | 66,7% | 81,8% |
| En autobús | 15,5% | 0,0% | 12,1% | 15,9% | 0,0% | 13,2% | 33,3% | 26,7% | 7,1% | 30,0% | 14,3% | 14,3% | 16,7% | 27,8% | 9,1% |
| En tren | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| En moto | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 2,8% | 0,0% |
| Taxi | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% |
| Tranvía | 1,4% | 8,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,0% |
| Otro | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 6,8% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 3,0% |

Base: 348 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Cercanía/proximidad | 57,1% | 50,0% | 68,2% | 45,7% | 83,3% | 57,1% | 57,1% |
| Mejores precios | 26,2% | 25,0% | 22,7% | 30,4% | 16,7% | 39,3% | 19,6% |
| Mayor calidad | 20,2% | 0,0% | 22,7% | 21,7% | 16,7% | 32,1% | 14,3% |
| Mayor variedad/surtido producto | 11,9% | 0,0% | 9,1% | 10,9% | 25,0% | 7,1% | 14,3% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 1,8% |
| Horarios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Costumbre | 22,6% | 0,0% | 31,8% | 19,6% | 25,0% | 21,4% | 23,2% |
| Confianza | 38,1% | 50,0% | 40,9% | 39,1% | 25,0% | 39,3% | 37,5% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 3,6% | 0,0% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,2% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,2% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,2% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| Tengo familiares allí | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| Variedad de tiendas/oferta | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 6,5% | 0,0% | 3,6% | 3,6% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 8,3% | 3,6% | 1,8% |

Base: 125 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P3E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| Cercanía/proximidad | 57,1% | 0,0% | 66,7% | 42,3% | 70,0% | 56,3% | 50,0% |
| Mejores precios | 26,2% | 0,0% | 33,3% | 19,2% | 36,7% | 18,8% | 16,7% |
| Mayor calidad | 20,2% | 0,0% | 16,7% | 15,4% | 26,7% | 12,5% | 33,3% |
| Mayor variedad/surtido producto | 11,9% | 0,0% | 16,7% | 11,5% | 16,7% | 6,3% | 0,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Costumbre | 22,6% | 0,0% | 0,0% | 26,9% | 20,0% | 12,5% | 66,7% |
| Confianza | 38,1% | 0,0% | 0,0% | 42,3% | 40,0% | 37,5% | 50,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 3,3% | 0,0% | 0,0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 16,7% |

Base: 125 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

| P3E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Cercanía/proximidad | 57,1% | 87,5% | 50,0% | 73,3% | 50,0% | 41,7% | 28,6% | 80,0% | 50,0% | 100,0% | 37,5% | 100,0% | 75,0% | 0,0% | 100,0% |
| Mejores precios | 26,2% | 12,5% | 41,7% | 26,7% | 50,0% | 25,0% | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 37,5% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 0,0% |
| Mayor calidad | 20,2% | 25,0% | 33,3% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 28,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% |
| Mayor variedad/surtido producto | 11,9% | 0,0% | 8,3% | 6,7% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 37,5% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Costumbre | 22,6% | 12,5% | 33,3% | 26,7% | 0,0% | 16,7% | 42,9% | 40,0% | 50,0% | 100,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Confianza | 38,1% | 25,0% | 58,3% | 40,0% | 25,0% | 16,7% | 85,7% | 20,0% | 0,0% | 100,0% | 37,5% | 0,0% | 25,0% | 33,3% | 50,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,2% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 125 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P3E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Comodidad | 21,8% | 5,6% | 25,8% | 15,4% | 38,5% | 20,4% | 22,5% |
| Mejores precios | 30,3% | 38,9% | 34,0% | 29,9% | 17,9% | 29,6% | 30,6% |
| Mayor calidad | 20,3% | 16,7% | 22,7% | 17,1% | 25,6% | 17,3% | 22,0% |
| Mayor variedad/surtido producto | 38,7% | 33,3% | 43,3% | 42,7% | 17,9% | 42,9% | 36,4% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,5% | 0,0% | 2,1% | 0,9% | 2,6% | 2,0% | 1,2% |
| Horarios | 2,2% | 11,1% | 1,0% | 2,6% | 0,0% | 1,0% | 2,9% |
| Costumbre | 13,7% | 5,6% | 13,4% | 12,0% | 23,1% | 11,2% | 15,0% |
| Confianza | 18,8% | 11,1% | 12,4% | 18,8% | 38,5% | 16,3% | 20,2% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 5,9% | 5,6% | 6,2% | 6,0% | 5,1% | 5,1% | 6,4% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,1% | 0,0% | 2,1% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 1,7% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,2% | 5,6% | 1,0% | 3,4% | 0,0% | 2,0% | 2,3% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,1% | 0,0% | 2,1% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 1,7% |
| Tengo familiares allí | 2,2% | 0,0% | 1,0% | 2,6% | 5,1% | 2,0% | 2,3% |
| Combinación con actividades de ocio | 1,5% | 0,0% | 3,1% | 0,9% | 0,0% | 2,0% | 1,2% |
| Variedad de tiendas/oferta | 14,8% | 22,2% | 19,6% | 13,7% | 2,6% | 16,3% | 13,9% |
| Me gustan los centros comerciales | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 1,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 3,0% | 0,0% | 3,1% | 2,6% | 5,1% | 2,0% | 3,5% |
| Atención al cliente | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,6% |
| Garantías (servicio postventa)/Financiación | 6,6% | 5,6% | 3,1% | 9,4% | 7,7% | 6,1% | 6,9% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% |

Base: 245 casos

| P3E_2OTRO. Valor | Porcentaje |
|--|---------------|
| - | 99,2% |
| BONITO | 0,1% |
| PROFESIONAL QUE HIZO LA COCINA | 0,1% |
| ES UN ENTORNO QUE LES GUSTA | 0,1% |
| LE GUSTÓ LO QUE VIÓ | 0,1% |
| POR RECOMENDACION DE AMIGOS O FAMILIARES | 0,3% |
| SENCILLEZ DE LOS MUEBLES | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P3E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio?

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|-------|--------------|-------|------------|-------|-------|
| Comodidad | 21,8% | 0,0% | 25,7% | 17,3% | 23,7% | 24,1% | 12,5% |
| Mejores precios | 30,3% | 0,0% | 31,4% | 34,7% | 26,9% | 32,8% | 12,5% |
| Mayor calidad | 20,3% | 50,0% | 28,6% | 12,0% | 21,5% | 24,1% | 12,5% |
| Mayor variedad/surtido producto | 38,7% | 50,0% | 34,3% | 36,0% | 43,0% | 39,7% | 25,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,5% | 0,0% | 2,9% | 2,7% | 0,0% | 1,7% | 0,0% |
| Horarios | 2,2% | 0,0% | 2,9% | 1,3% | 3,2% | 1,7% | 0,0% |
| Costumbre | 13,7% | 0,0% | 17,1% | 10,7% | 17,2% | 10,3% | 12,5% |
| Confianza | 18,8% | 0,0% | 22,9% | 14,7% | 22,6% | 15,5% | 25,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 5,9% | 50,0% | 2,9% | 6,7% | 5,4% | 5,2% | 12,5% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 2,7% | 1,1% | 5,2% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 2,7% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 2,2% | 0,0% | 5,7% | 4,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 1,5% | 0,0% | 2,9% | 2,7% | 0,0% | 1,7% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 14,8% | 0,0% | 5,7% | 17,3% | 16,1% | 13,8% | 25,0% |
| Me gustan los centros comerciales | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 3,0% | 0,0% | 5,7% | 2,7% | 2,2% | 3,4% | 0,0% |
| Atención al cliente | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 0,0% |
| Garantías (servicio postventa)/Financiación | 6,6% | 0,0% | 8,6% | 2,7% | 9,7% | 3,4% | 25,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |

Base: 245 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

P3E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de mobiliario, menaje y electrodomésticos en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio?

| | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|--------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Comodidad | 21,8% | 38,9% | 28,0% | 23,3% | 20,0% | 23,3% | 10,0% | 18,2% | 50,0% | 0,0% | 36,4% | 14,3% | 36,8% | 3,0% | 10,0% |
| Mejores precios | 30,3% | 50,0% | 32,0% | 30,0% | 20,0% | 23,3% | 20,0% | 27,3% | 40,0% | 14,3% | 22,7% | 28,6% | 15,8% | 36,4% | 40,0% |
| Mayor calidad | 20,3% | 27,8% | 20,0% | 13,3% | 20,0% | 16,7% | 0,0% | 27,3% | 20,0% | 42,9% | 22,7% | 19,0% | 21,1% | 18,2% | 26,7% |
| Mayor variedad/surtido producto | 38,7% | 22,2% | 28,0% | 26,7% | 20,0% | 20,0% | 70,0% | 45,5% | 30,0% | 28,6% | 50,0% | 61,9% | 26,3% | 45,5% | 60,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% |
| Horarios | 2,2% | 5,6% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 18,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 5,3% | 0,0% | 0,0% |
| Costumbre | 13,7% | 22,2% | 4,0% | 13,3% | 20,0% | 20,0% | 20,0% | 9,1% | 10,0% | 0,0% | 13,6% | 19,0% | 10,5% | 21,2% | 3,3% |
| Confianza | 18,8% | 33,3% | 16,0% | 20,0% | 40,0% | 26,7% | 30,0% | 36,4% | 0,0% | 14,3% | 18,2% | 14,3% | 15,8% | 15,2% | 6,7% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 5,9% | 5,6% | 4,0% | 10,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 4,5% | 4,8% | 10,5% | 6,1% | 3,3% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,1% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 3,3% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,2% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 4,8% | 5,3% | 0,0% | 6,7% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 4,8% | 0,0% | 3,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,5% | 0,0% | 0,0% | 6,7% |
| Variedad de tiendas/oferta | 14,8% | 22,2% | 8,0% | 16,7% | 20,0% | 13,3% | 30,0% | 9,1% | 0,0% | 28,6% | 9,1% | 9,5% | 10,5% | 12,1% | 26,7% |
| Me gustan los centros comerciales | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 3,0% | 0,0% | 4,0% | 13,3% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 3,0% | 0,0% |
| Atención al cliente | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Garantías (servicio postventa)/Financiación | 6,6% | 11,1% | 8,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 4,5% | 0,0% | 21,1% | 6,1% | 0,0% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 245 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de productos de tecnología, ocio y cultura? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 47,9% | 53,3% | 44,0% | 48,4% | 53,4% | 50,6% | 46,3% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Galería Comercial | 0,4% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 0,6% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 6,5% | 6,7% | 9,1% | 5,2% | 3,4% | 7,8% | 5,8% |
| Corte Inglés | 24,4% | 13,3% | 17,7% | 31,5% | 27,6% | 20,6% | 26,7% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 10,8% | 4,4% | 15,4% | 9,9% | 5,2% | 8,9% | 11,9% |
| Mediana superficie especializada (IKEA, Leroy Merlin, MediaMarkt, FNAC...) | 28,5% | 31,1% | 29,7% | 30,0% | 17,2% | 30,6% | 27,3% |
| Otros (especificar) | 11,0% | 13,3% | 9,7% | 9,4% | 19,0% | 10,6% | 11,3% |
| NS/NC | 0,2% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,3% |

Base: 491 casos

| P4A_OTROS. Valor | Porcentaje |
|---|---------------|
| - | 94,7% |
| AMAZON INTERNET | 0,2% |
| CÍRCULO DE LECTORES | 1,7% |
| FERIA DEL LIBRO | 0,2% |
| INTERNET | 2,8% |
| SERVICIO A DOMICILIO | 0,1% |
| TRABAJA SU MARIDO Y LE HACEN DESCUENTOS | 0,1% |
| TRENES TAQUILLAS ESTACIÓN VIAJES | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P4A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de productos de tecnología, ocio y cultura? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 47,9% | 100,0% | 46,0% | 46,9% | 44,1% | 57,0% | 58,3% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Galería Comercial | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 6,5% | 0,0% | 11,1% | 9,1% | 5,4% | 2,3% | 0,0% |
| Corte Inglés | 24,4% | 0,0% | 25,4% | 22,4% | 22,6% | 31,4% | 25,0% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 10,8% | 0,0% | 4,8% | 10,5% | 13,4% | 11,6% | 0,0% |
| Mediana superficie especializada (IKEA, Leroy Merlin, MediaMarkt, FNAC...) | 28,5% | 0,0% | 25,4% | 23,1% | 34,9% | 24,4% | 41,7% |
| Otros (especificar) | 11,0% | 0,0% | 6,3% | 14,0% | 11,3% | 10,5% | 0,0% |
| NS/NC | 0,2% | 0,0% | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 491 casos

Cruce por zona de residencia

| P4A. ¿Concretamente en que establecimientos realiza Ud. la compra de productos de productos de tecnología, ocio y cultura? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fern. Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| Tiendas especializadas situadas en la calle | 47,9% | 52,9% | 63,2% | 39,4% | 55,0% | 52,3% | 46,7% | 40,0% | 61,1% | 41,7% | 42,2% | 38,7% | 42,9% | 55,4% | 43,2% |
| Supermercado (El Árbol, Mercadona, Eroski) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Galería Comercial | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercadillo Ambulante Parque Sur (Almozara) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado Municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado (Carrefour, Alcampo, Hipercor...) | 6,5% | 5,9% | 2,6% | 8,5% | 5,0% | 4,5% | 10,0% | 6,7% | 22,2% | 0,0% | 6,7% | 9,7% | 7,1% | 0,0% | 10,8% |
| Corte Inglés | 24,4% | 52,9% | 42,1% | 16,9% | 15,0% | 27,3% | 23,3% | 33,3% | 0,0% | 25,0% | 20,0% | 22,6% | 35,7% | 17,9% | 13,5% |
| Tiendas especializadas situadas en Centro Comercial | 10,8% | 2,9% | 5,3% | 18,3% | 10,0% | 6,8% | 10,0% | 26,7% | 5,6% | 12,5% | 22,2% | 6,5% | 10,7% | 3,6% | 10,8% |
| Mediana superficie especializada (IKEA, Leroy Merlin, MediaMarkt, FNAC...) | 28,5% | 32,4% | 31,6% | 38,0% | 15,0% | 22,7% | 23,3% | 26,7% | 0,0% | 20,8% | 20,0% | 29,0% | 28,6% | 35,7% | 40,5% |
| Otros (especificar) | 11,0% | 5,9% | 7,9% | 7,0% | 15,0% | 11,4% | 3,3% | 6,7% | 11,1% | 20,8% | 13,3% | 12,9% | 17,9% | 12,5% | 13,5% |
| NS/NC | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,7% |

Base: 491 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4B_1. Ud. me ha dicho que compra productos de tecnología, ocio y cultura habitualmente en Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fue (../..) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Mi zona o barrio | 66,7% | 33,3% | 69,2% | 74,8% | 59,4% | 67,0% | 66,4% |
| Otra zona o barrio | 46,0% | 70,8% | 43,6% | 41,7% | 46,9% | 49,5% | 43,8% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 491 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P4B_1. Ud. me ha dicho que compra productos de tecnología, ocio y cultura habitualmente en Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fue (../..) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------|--------------|-------|------------|-------|-------|
| Mi zona o barrio | 66,7% | 100,0% | 65,5% | 65,7% | 67,9% | 67,3% | 57,1% |
| Otra zona o barrio | 46,0% | 0,0% | 55,2% | 49,3% | 45,2% | 38,8% | 42,9% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 491 casos

Cruce por zona de residencia

| P4B_1. Ud. me ha dicho que compra productos de tecnología, ocio y cultura habitualmente en Estos establecimientos, ¿se encuentran en su zona o barrio, en otras zonas o barrios de Zaragoza o fuera(../..) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 66,7% | 77,8% | 100,0% | 69,0% | 90,9% | 69,6% | 42,9% | 100,0% | 90,9% | 30,0% | 68,4% | 69,2% | 58,3% | 45,2% | 37,5% |
| Otra zona o barrio | 46,0% | 22,2% | 8,3% | 41,4% | 9,1% | 47,8% | 57,1% | 33,3% | 36,4% | 90,0% | 47,4% | 38,5% | 75,0% | 64,5% | 81,3% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 491 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

P4B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente?

(MÚLTIPLE SUGERIDA)

| | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 4,6% | 0,0% | 2,9% | 2,3% | 20,0% |
| 2. Centro | 82,6% | 82,4% | 82,4% | 86,0% | 73,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,5% | 5,9% | 5,9% | 4,7% | 6,7% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 4,6% | 17,6% | 2,9% | 2,3% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,9% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 7,3% | 5,9% | 5,9% | 7,0% | 13,3% |
| 10. Actur | 2,8% | 0,0% | 5,9% | 2,3% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 4,7% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,9% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 0,0% |

Base: 109 casos

Cruce por sexo

P4B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente?

(MÚLTIPLE SUGERIDA)

| | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------|--------------|
| 1. Casco histórico | 4,6% | 4,4% | 4,7% |
| 2. Centro | 82,6% | 82,2% | 82,8% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,5% | 13,3% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 4,6% | 6,7% | 3,1% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,9% | 0,0% | 1,6% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 7,3% | 2,2% | 10,9% |
| 10. Actur | 2,8% | 2,2% | 3,1% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 1,6% |
| 13. Arrabal | 1,8% | 2,2% | 1,6% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,9% | 0,0% | 1,6% |

Base: 109 casos

| P4B_2OTRO. Valor | Porcentaje |
|------------------|---------------|
| - | 99,9% |
| OTRAS CIUDADES | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P4B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| 1. Casco histórico | 4,6% | 0,0% | 12,5% | 3,0% | 2,6% | 5,3% | 0,0% |
| 2. Centro | 82,6% | 0,0% | 81,3% | 87,9% | 81,6% | 78,9% | 66,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,5% | 0,0% | 6,3% | 9,1% | 5,3% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 4,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,9% | 10,5% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 7,3% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 10,5% | 15,8% | 0,0% |
| 10. Actur | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 3,0% | 2,6% | 0,0% | 33,3% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 6,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% |

Base: 109 casos

Cruce por zona de residencia

| P4B_2. ¿En qué otra/s zona/s o barrio/s de los que le leo a continuación se encuentran estos establecimientos donde compra habitualmente? (MÚLTIPLE SUGERIDA) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 4,6% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 82,6% | 75,0% | 0,0% | 75,0% | 100,0% | 90,9% | 87,5% | 100,0% | 50,0% | 88,9% | 100,0% | 40,0% | 100,0% | 85,0% | 84,6% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 5,5% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 15,4% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 4,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 15,4% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 7,3% | 0,0% | 100,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 40,0% | 11,1% | 0,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 109 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 28,1% | 33,3% | 25,0% | 27,3% | 50,0% | 28,6% | 27,8% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,1% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 28,1% | 0,0% | 37,5% | 27,3% | 0,0% | 28,6% | 27,8% |
| Carrefour (Actur) | 15,6% | 0,0% | 25,0% | 9,1% | 0,0% | 7,1% | 22,2% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 31,3% | 66,7% | 18,8% | 36,4% | 50,0% | 42,9% | 22,2% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 12,5% | 0,0% | 12,5% | 18,2% | 0,0% | 0,0% | 22,2% |
| Hiperacor (C.C Puerto Venecia) | 18,8% | 33,3% | 18,8% | 9,1% | 50,0% | 21,4% | 16,7% |

Base: 32 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P4C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 28,1% | 0,0% | 71,4% | 23,1% | 10,0% | 0,0% | 0,0% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,1% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 28,1% | 0,0% | 28,6% | 23,1% | 40,0% | 0,0% | 0,0% |
| Carrefour (Actur) | 15,6% | 0,0% | 14,3% | 23,1% | 10,0% | 0,0% | 0,0% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avda.. Mad.-Del) | 31,3% | 0,0% | 14,3% | 38,5% | 30,0% | 50,0% | 0,0% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa)(Actur) | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 30,0% | 50,0% | 0,0% |
| Hiperacor (C.C Puerto Venecia) | 18,8% | 0,0% | 0,0% | 15,4% | 30,0% | 50,0% | 0,0% |

Base: 32 casos

Cruce por zona de residencia

| P4C_2. ¿En qué Hipermercado/s? MULTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Alcampo Plaza Utrillas (San José) | 28,1% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 25,0% |
| Alcampo Utebo (Periferia) | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Alcampo Los Enlaces (Oliver-Valdefierro) | 28,1% | 50,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% |
| Carrefour (Actur) | 15,6% | 50,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Carrefour (C.C. Augusta) (Avenida Madrid-Delicias) | 31,3% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 100,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 50,0% | 0,0% | 25,0% |
| Hiperacor (C.C. Grancasa) (Actur) | 12,5% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hiperacor (C.C Puerto Venecia) | 18,8% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 75,0% |

Base: 32 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P4C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 31,3% | 66,7% | 18,8% | 36,4% | 50,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 28,1% | 33,3% | 25,0% | 27,3% | 50,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 28,1% | 0,0% | 37,5% | 27,3% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 18,8% | 33,3% | 18,8% | 9,1% | 50,0% |
| 10. Actur | 25,0% | 0,0% | 31,3% | 27,3% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,1% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 32 casos

Cruce por sexo

| P4C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|-------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 31,3% | 42,9% | 22,2% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 28,1% | 28,6% | 27,8% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 28,1% | 28,6% | 27,8% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 18,8% | 21,4% | 16,7% |
| 10. Actur | 25,0% | 7,1% | 38,9% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 3,1% | 0,0% | 5,6% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 32 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P4C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | | | | | | | |
|--|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 31,3% | 0,0% | 14,3% | 38,5% | 30,0% | 50,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 28,1% | 0,0% | 71,4% | 23,1% | 10,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 28,1% | 0,0% | 28,6% | 23,1% | 40,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 18,8% | 0,0% | 0,0% | 15,4% | 30,0% | 50,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 25,0% | 0,0% | 14,3% | 23,1% | 30,0% | 50,0% | 0,0% |
| 11. Periferia | 3,1% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 32 casos

Cruce por zona de residencia

| P4C_2_ZONAS. ¿En qué Hipermercado/s? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|-------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fern. el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 31,3% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 100,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 50,0% | 0,0% | 25,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 28,1% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 25,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 28,1% | 50,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 18,8% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 50,0% | 0,0% | 75,0% |
| 10. Actur | 25,0% | 50,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 11. Periferia | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 32 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4C_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 14,2% | 16,7% | 12,9% | 14,9% | 12,5% | 16,2% | 13,3% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 42,5% | 50,0% | 35,5% | 44,8% | 43,8% | 35,1% | 45,8% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 59,2% | 50,0% | 58,1% | 62,7% | 50,0% | 45,9% | 65,1% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 12,5% | 0,0% | 12,9% | 13,4% | 12,5% | 13,5% | 12,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 2,7% | 0,0% |

Base: 120 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P4C_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|--------------|--------------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 14,2% | 0,0% | 12,5% | 15,6% | 19,0% | 7,4% | 0,0% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 42,5% | 0,0% | 56,3% | 34,4% | 45,2% | 37,0% | 66,7% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 59,2% | 0,0% | 68,8% | 53,1% | 52,4% | 74,1% | 33,3% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 12,5% | 0,0% | 12,5% | 9,4% | 16,7% | 11,1% | 0,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 120 casos

Cruce por zona de residencia

| P4C_3. ¿En qué Corte Inglés? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fern. Cat. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almazara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Inglés) - Actur | 14,2% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 14,3% | 40,0% | 0,0% | 0,0% | 55,6% | 14,3% | 20,0% | 40,0% | 0,0% |
| El Corte Inglés Sagasta (Centro) | 42,5% | 38,9% | 56,3% | 50,0% | 33,3% | 58,3% | 42,9% | 40,0% | 0,0% | 33,3% | 22,2% | 28,6% | 60,0% | 20,0% | 40,0% |
| El Corte Inglés Independencia (Centro) | 59,2% | 66,7% | 56,3% | 66,7% | 100,0% | 50,0% | 85,7% | 60,0% | 0,0% | 66,7% | 44,4% | 57,1% | 20,0% | 70,0% | 60,0% |
| Corte Inglés C.C Puerto Venecia | 12,5% | 11,1% | 12,5% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 20,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 30,0% | 0,0% | 40,0% |
| Otro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 120 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P4C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 84,2% | 83,3% | 87,1% | 85,1% | 75,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 12,5% | 0,0% | 12,9% | 13,4% | 12,5% |
| 10. Actur | 14,2% | 16,7% | 12,9% | 14,9% | 12,5% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% |

Base: 120 casos

Cruce por sexo

| P4C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 84,2% | 73,0% | 89,2% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,8% | 0,0% | 1,2% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 12,5% | 13,5% | 12,0% |
| 10. Actur | 14,2% | 16,2% | 13,3% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 2,7% | 0,0% |

Base: 120 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P4C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|--------------|-------|------------|-------|--------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 84,2% | 0,0% | 93,8% | 78,1% | 81,0% | 88,9% | 100,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 12,5% | 0,0% | 12,5% | 9,4% | 16,7% | 11,1% | 0,0% |
| 10. Actur | 14,2% | 0,0% | 12,5% | 15,6% | 19,0% | 7,4% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casets) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 120 casos

Cruce por zona de residencia

| P4C_3_ZONAS. ¿En que Corte Inglés? MULTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fern. Cat. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 84,2% | 88,9% | 93,8% | 100,0% | 100,0% | 91,7% | 100,0% | 60,0% | 0,0% | 83,3% | 44,4% | 85,7% | 70,0% | 80,0% | 80,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 12,5% | 11,1% | 12,5% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 14,3% | 20,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 30,0% | 0,0% | 40,0% |
| 10. Actur | 14,2% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 14,3% | 40,0% | 0,0% | 0,0% | 55,6% | 14,3% | 20,0% | 40,0% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casets) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 120 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 53,8% | 50,0% | 51,9% | 55,0% | 66,7% | 68,8% | 47,2% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histórico | 3,8% | 0,0% | 3,7% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% |
| C.C. Independencia (Centro) | 5,8% | 0,0% | 3,7% | 10,0% | 0,0% | 6,3% | 5,6% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avda. Mad-Delicias | 11,5% | 0,0% | 11,1% | 10,0% | 33,3% | 6,3% | 13,9% |
| C.C. Puerto Venecia (Ikea) - Torrero | 32,7% | 100,0% | 33,3% | 30,0% | 0,0% | 31,3% | 33,3% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 3,8% | 0,0% | 7,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% |
| C.C. Audiorama (Sabeco) - Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% |

Base: 53 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P4C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|--------------|--------------|-------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 53,8% | 0,0% | 33,3% | 46,2% | 60,0% | 54,5% | 0,0% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histó | 3,8% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 5,8% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 18,2% | 0,0% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 11,5% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 12,0% | 18,2% | 0,0% |
| C.C. Puerto Venecia (Ikea) - Torrero | 32,7% | 0,0% | 33,3% | 46,2% | 32,0% | 18,2% | 0,0% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 4,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Audiorama (Sabeco) - Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 53 casos

| P4C_4_OTRO. Valor | Porcentaje |
|-------------------|---------------|
| - | 99,9% |
| NO SITIO FIJO | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P4C_4. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avda. Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|--------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|---------------|-------------------|
| C.C. Grancasa (El Corte Ingles) - Actur | 53,8% | 100,0% | 0,0% | 69,2% | 50,0% | 33,3% | 66,7% | 100,0% | 0,0% | 33,3% | 80,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% |
| C.C. Puerta Cinegia (A. Domínguez) - Casco histó | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 15,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Independencia (Centro) | 5,8% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Augusta (Carrefour) - Avenida Madrid-Delicias | 11,5% | 0,0% | 0,0% | 23,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% |
| C.C. Puerto Venecia (Ikea) - Torrero | 32,7% | 0,0% | 33,3% | 38,5% | 50,0% | 33,3% | 66,7% | 25,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 100,0% | 33,3% | 0,0% | 50,0% |
| C.C. Plaza Imperial (Eroski) - A2 | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% |
| C.C. Audiorama (Sabeco) - Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% |
| NS/NC | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 53 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P4C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 3,8% | 0,0% | 3,7% | 5,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 5,8% | 0,0% | 3,7% | 10,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 11,5% | 0,0% | 11,1% | 10,0% | 33,3% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 32,7% | 100,0% | 33,3% | 30,0% | 0,0% |
| 10. Actur | 53,8% | 50,0% | 51,9% | 55,0% | 66,7% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 3,8% | 0,0% | 7,4% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 3,8% | 0,0% | 3,7% | 5,0% | 0,0% |

Base: 53 casos

Cruce por sexo

| P4C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 3,8% | 0,0% | 5,6% |
| 2. Centro | 5,8% | 6,3% | 5,6% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 11,5% | 6,3% | 13,9% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 32,7% | 31,3% | 33,3% |
| 10. Actur | 53,8% | 68,8% | 47,2% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 3,8% | 0,0% | 5,6% |
| NS/NC | 3,8% | 0,0% | 5,6% |

Base: 53 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P4C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 3,8% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% |
| 2. Centro | 5,8% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 18,2% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 11,5% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 12,0% | 18,2% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 32,7% | 0,0% | 33,3% | 46,2% | 32,0% | 18,2% | 0,0% |
| 10. Actur | 53,8% | 0,0% | 33,3% | 46,2% | 60,0% | 54,5% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 4,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 9,1% | 0,0% |

Base: 53 casos

Cruce por zona de residencia

| P4C_4_ZONAS. ¿En qué Centro/s Comercial/es? MULTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 15,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 2. Centro | 5,8% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 11,5% | 0,0% | 0,0% | 23,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 32,7% | 0,0% | 33,3% | 38,5% | 50,0% | 33,3% | 66,7% | 25,0% | 0,0% | 66,7% | 0,0% | 100,0% | 33,3% | 0,0% | 50,0% |
| 10. Actur | 53,8% | 100,0% | 0,0% | 69,2% | 50,0% | 33,3% | 66,7% | 100,0% | 0,0% | 33,3% | 80,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100,0% | 0,0% |
| NS/NC | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% |

Base: 53 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Ikea | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 10,0% | 1,8% | 4,7% |
| Leroy Merlin | 5,0% | 0,0% | 1,9% | 7,8% | 10,0% | 3,6% | 5,9% |
| Media Markt | 35,0% | 28,6% | 26,9% | 42,2% | 40,0% | 41,8% | 30,6% |
| FNAC | 72,9% | 71,4% | 80,8% | 68,8% | 60,0% | 61,8% | 80,0% |
| Otro | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 0,0% | 1,8% | 0,0% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 1,2% |

Base: 140 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P4C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|--------------|-------|------------|--------------|--------|
| Ikea | 3,6% | 0,0% | 18,8% | 0,0% | 3,1% | 0,0% | 0,0% |
| Leroy Merlin | 5,0% | 0,0% | 18,8% | 0,0% | 4,6% | 4,8% | 0,0% |
| Media Markt | 35,0% | 0,0% | 43,8% | 48,5% | 30,8% | 28,6% | 0,0% |
| FNAC | 72,9% | 0,0% | 68,8% | 66,7% | 73,8% | 76,2% | 100,0% |
| Otro | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 3,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% |

Base: 140 casos

| P4C_5_OTRO. Valor | Porcentaje |
|-------------------|---------------|
| - | 99,9% |
| APPLE | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P4C_5. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------|-------------------|
| Ikea | 3,6% | 0,0% | 8,3% | 3,7% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 11,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Leroy Merlin | 5,0% | 9,1% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 22,2% | 12,5% | 0,0% | 0,0% |
| Media Markt | 35,0% | 18,2% | 33,3% | 29,6% | 0,0% | 50,0% | 85,7% | 25,0% | 0,0% | 20,0% | 33,3% | 55,6% | 25,0% | 35,0% | 33,3% |
| FNAC | 72,9% | 81,8% | 83,3% | 85,2% | 100,0% | 70,0% | 42,9% | 50,0% | 0,0% | 80,0% | 55,6% | 44,4% | 87,5% | 70,0% | 73,3% |
| Otro | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 140 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P4C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 69,3% | 71,4% | 80,8% | 62,5% | 50,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 28,6% | 28,6% | 26,9% | 28,1% | 40,0% |
| 10. Actur | 19,3% | 7,1% | 15,4% | 28,1% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 9,4% | 10,0% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 0,0% |

Base: 140 casos

Cruce por sexo

| P4C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------------|--------------|
| 1. Casco histórico | 69,3% | 60,0% | 75,3% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 28,6% | 30,9% | 27,1% |
| 10. Actur | 19,3% | 21,8% | 17,6% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,0% | 1,8% | 7,1% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 1,2% |

Base: 140 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P4C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|--------------|-------|------------|--------------|--------|
| 1. Casco histórico | 69,3% | 0,0% | 62,5% | 66,7% | 67,7% | 76,2% | 100,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 28,6% | 0,0% | 43,8% | 36,4% | 23,1% | 28,6% | 0,0% |
| 10. Actur | 19,3% | 0,0% | 18,8% | 18,2% | 21,5% | 19,0% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,0% | 0,0% | 6,3% | 3,0% | 6,2% | 4,8% | 0,0% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% |

Base: 140 casos

Cruce por zona de residencia

| P4C_5_ZONAS. ¿En qué mediana/s superficie? MÚLTIPLE SUGERIDA zonas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 69,3% | 81,8% | 83,3% | 85,2% | 100,0% | 70,0% | 42,9% | 50,0% | 0,0% | 80,0% | 44,4% | 33,3% | 75,0% | 70,0% | 60,0% |
| 2. Centro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 28,6% | 9,1% | 33,3% | 18,5% | 0,0% | 50,0% | 57,1% | 25,0% | 0,0% | 20,0% | 33,3% | 44,4% | 25,0% | 25,0% | 33,3% |
| 10. Actur | 19,3% | 18,2% | 8,3% | 25,9% | 0,0% | 10,0% | 42,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 55,6% | 12,5% | 20,0% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios: A2 | 5,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 11,1% | 12,5% | 5,0% | 13,3% |
| NS/NC | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 25,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 140 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Mi zona o barrio | 21,5% | 19,0% | 21,0% | 20,1% | 33,3% | 21,4% | 21,5% |
| Otra zona o barrio | 87,3% | 85,7% | 86,7% | 91,0% | 70,8% | 86,7% | 87,6% |
| Fuera de ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 2,8% | 0,0% | 1,9% | 3,7% | 4,2% | 1,0% | 3,8% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 255 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P4B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|--------------|------------|-------|-------|
| Mi zona o barrio | 21,5% | 0,0% | 30,6% | 13,0% | 21,0% | 29,5% | 25,0% |
| Otra zona o barrio | 87,3% | 0,0% | 88,9% | 89,6% | 85,7% | 88,6% | 75,0% |
| Fuera de ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 4,2% | 2,3% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 255 casos

Cruce por zona de residencia

| P4B_1. ¿Dónde compra?: su zona u otra (para hipermercados y otros) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar | 8. Oliver-Valdefierr | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferi | 12. Romare | 13. Arrabal | 14. Cas.-Valdesp | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|------------|----------------------|---------------------------|-----------|--------------|------------|-------------|------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 21,5% | 37,5% | 78,9% | 14,3% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 80,0% | 41,7% | 69,2% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otra zona o barrio | 87,3% | 87,5% | 68,4% | 95,9% | 100,0% | 91,7% | 100,0% | 100,0% | 40,0% | 75,0% | 46,2% | 100,0% | 100,0% | 96,6% | 90,5% |
| Fuera de ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 2,8% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 5,9% | 6,9% | 9,5% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 255 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Mi zona o barrio | 45,7% | 27,5% | 45,3% | 49,0% | 48,0% | 46,3% | 45,3% |
| Otra zona o barrio | 72,2% | 80,0% | 70,4% | 75,0% | 60,0% | 72,8% | 71,8% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 1,8% | 0,0% | 1,3% | 2,5% | 2,0% | 0,6% | 2,4% |

Base: 491 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P4_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|--------|------------|-------|------------|-------|-------|
| Mi zona o barrio | 45,7% | 100,0% | 47,5% | 40,9% | 46,2% | 50,6% | 41,7% |
| Otra zona o barrio | 72,2% | 0,0% | 76,3% | 73,2% | 73,7% | 65,8% | 66,7% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 2,9% | 1,3% | 0,0% |

Base: 491 casos

Cruce por zona de residencia

| P4_ZONACOMPRAT. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozarra | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Roma reda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|---------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Mi zona o barrio | 45,7% | 60,6% | 91,7% | 39,4% | 58,8% | 45,0% | 20,0% | 42,9% | 87,5% | 33,3% | 70,0% | 37,0% | 28,0% | 26,9% | 18,8% |
| Otra zona o barrio | 72,2% | 75,8% | 36,1% | 81,8% | 58,8% | 72,5% | 80,0% | 78,6% | 37,5% | 85,7% | 50,0% | 81,5% | 92,0% | 80,8% | 84,4% |
| Fuera de la ciudad (no incluye Santa Isabel ni Utebo ni Casetas ¿Dónde?) | 1,8% | 3,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 4,0% | 3,8% | 6,3% |

Base: 491 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| UNIRVAR_4ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 34,9% | 55,6% | 40,0% | 29,8% | 22,2% |
| 2. Centro | 34,1% | 16,7% | 25,3% | 40,3% | 55,6% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 3,5% | 5,6% | 2,1% | 4,0% | 5,6% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 2,7% | 5,6% | 4,2% | 0,8% | 5,6% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,0% | 0,0% | 3,2% | 1,6% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 26,7% | 33,3% | 29,5% | 25,0% | 16,7% |
| 10. Actur | 23,1% | 16,7% | 25,3% | 25,8% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,5% | 0,0% | 2,1% | 4,8% | 5,6% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 1,1% | 0,8% | 0,0% |

Base: 255 casos

Cruce por sexo

| UNIRVAR_4ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------|-------|
| 1. Casco histórico | 34,9% | 34,9% | 34,9% |
| 2. Centro | 34,1% | 25,6% | 38,5% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 3,5% | 4,7% | 3,0% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 2,7% | 4,7% | 1,8% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,0% | 3,5% | 1,2% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 26,7% | 27,9% | 26,0% |
| 10. Actur | 23,1% | 24,4% | 22,5% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,5% | 1,2% | 4,7% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 1,2% |

Base: 255 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| UNIRVAR_4ZONASSI. zonas tratadas totales otros formatos | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 34,9% | 0,0% | 31,3% | 29,6% | 37,4% | 35,9% | 66,7% |
| 2. Centro | 34,1% | 0,0% | 37,5% | 35,2% | 29,0% | 43,6% | 33,3% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 3,5% | 0,0% | 3,1% | 7,0% | 1,9% | 2,6% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 2,7% | 0,0% | 9,4% | 4,2% | 0,9% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,0% | 0,0% | 3,1% | 1,4% | 2,8% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 26,7% | 0,0% | 21,9% | 28,2% | 28,0% | 28,2% | 0,0% |
| 10. Actur | 23,1% | 0,0% | 21,9% | 22,5% | 24,3% | 25,6% | 0,0% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,5% | 0,0% | 3,1% | 2,8% | 4,7% | 2,6% | 0,0% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 2,6% | 0,0% |

Base: 255 casos

Cruce por zona de residencia

| UNIRVAR_4ZONASSI. Zonas tratadas totales otros formatos | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid- Delicias | 4. Gran Vía- Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver- Vald. | 9. Torrero- Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|---|-----------------------|-----------|-----------------------------------|---|-------------|-------------------|-------------|---------------------|---------------------------|-----------|---------------|-----------------|-------------|--------------------|----------------------|
| 1. Casco histórico | 34,9% | 0,0% | 76,9% | 51,1% | 33,3% | 30,4% | 16,7% | 18,2% | 0,0% | 44,4% | 28,6% | 15,8% | 35,3% | 48,3% | 39,1% |
| 2. Centro | 34,1% | 76,2% | 0,0% | 25,5% | 33,3% | 47,8% | 38,9% | 27,3% | 0,0% | 55,6% | 35,7% | 31,6% | 41,2% | 27,6% | 17,4% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 3,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 18,2% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 5,3% | 11,8% | 0,0% | 4,3% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 5. San José | 2,7% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,5% | 0,0% | 0,0% | 4,3% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 2,0% | 4,8% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,9% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 26,7% | 19,0% | 38,5% | 25,5% | 11,1% | 26,1% | 38,9% | 27,3% | 0,0% | 0,0% | 28,6% | 26,3% | 35,3% | 17,2% | 43,5% |
| 10. Actur | 23,1% | 23,8% | 7,7% | 36,2% | 11,1% | 13,0% | 33,3% | 54,5% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 42,1% | 17,6% | 24,1% | 4,3% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,5% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,1% | 5,3% | 5,9% | 6,9% | 8,7% |
| NS/NC | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,3% |

Base: 255 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| P4_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| 1. Casco histórico | 28,4% | 31,3% | 33,6% | 25,0% | 22,6% |
| 2. Centro | 50,5% | 53,1% | 41,4% | 53,3% | 67,7% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,5% | 6,3% | 3,4% | 4,6% | 6,5% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,5% | 9,4% | 0,9% | 0,7% | 0,0% |
| 5. San José | 2,1% | 3,1% | 3,4% | 0,7% | 3,2% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 1,8% | 0,0% | 3,4% | 1,3% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 21,5% | 21,9% | 25,0% | 20,4% | 12,9% |
| 10. Actur | 18,1% | 9,4% | 21,6% | 21,1% | 0,0% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,3% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,0% | 0,0% | 2,6% | 3,9% | 3,2% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,9% | 0,7% | 0,0% |

Base: 491 casos

Cruce por sexo

| P4_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------|--------------|
| 1. Casco histórico | 28,4% | 26,9% | 29,2% |
| 2. Centro | 50,5% | 47,1% | 52,4% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,5% | 8,4% | 2,4% |
| 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 1,5% | 2,5% | 0,9% |
| 5. San José | 2,1% | 3,4% | 1,4% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 1,8% | 2,5% | 1,4% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 21,5% | 21,0% | 21,7% |
| 10. Actur | 18,1% | 17,6% | 18,4% |
| 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,3% | 0,0% | 0,5% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,8% | 0,5% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,0% | 0,8% | 4,2% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,9% |

Base: 491 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| P4_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|--------------|--------------|-------|
| 1. Casco histórico | 28,4% | 0,0% | 26,7% | 23,2% | 31,3% | 28,8% | 50,0% |
| 2. Centro | 50,5% | 0,0% | 53,3% | 53,7% | 43,5% | 59,6% | 50,0% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,5% | 0,0% | 4,4% | 8,4% | 3,1% | 1,9% | 0,0% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 3,8% | 0,0% |
| 5. San José | 2,1% | 0,0% | 6,7% | 3,2% | 0,8% | 0,0% | 0,0% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 1,8% | 0,0% | 2,2% | 1,1% | 2,3% | 1,9% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 21,5% | 0,0% | 15,6% | 21,1% | 24,4% | 23,1% | 0,0% |
| 10. Actur | 18,1% | 0,0% | 15,6% | 16,8% | 19,8% | 19,2% | 12,5% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,0% | 0,0% | 2,2% | 2,1% | 4,6% | 1,9% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |

Base: 491 casos

Cruce por zona de residencia

| P4_ZONASTOTALES. En propia zona u otra TOTAL (proximidad y otros formatos) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------|-------------------|
| 1. Casco histórico | 28,4% | 0,0% | 76,9% | 46,3% | 30,0% | 23,3% | 16,7% | 18,2% | 0,0% | 27,8% | 18,2% | 19,0% | 26,1% | 34,9% | 29,0% |
| 2. Centro | 50,5% | 76,0% | 0,0% | 37,0% | 40,0% | 63,3% | 54,2% | 36,4% | 33,3% | 72,2% | 63,6% | 38,1% | 60,9% | 55,8% | 41,9% |
| 3. Avenida Madrid-Delicias | 4,5% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 18,2% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 8,7% | 4,7% | 9,7% |
| 4. Gran Vía-Fern. Católico | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 6,5% |
| 5. San José | 2,1% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,5% | 0,0% | 0,0% | 3,2% |
| 6. Las Fuentes | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 7. Almozara | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 8. Oliver-Valdefierro | 1,8% | 4,0% | 0,0% | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% |
| 9. Torrero-Puerto Venecia | 21,5% | 16,0% | 38,5% | 24,1% | 10,0% | 20,0% | 33,3% | 27,3% | 0,0% | 0,0% | 18,2% | 28,6% | 26,1% | 11,6% | 32,3% |
| 10. Actur | 18,1% | 20,0% | 7,7% | 31,5% | 10,0% | 10,0% | 25,0% | 54,5% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 38,1% | 13,0% | 18,6% | 3,2% |
| 11. Periferia | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 12. Romareda | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 13. Arrabal | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 14. Casablanca-Valdespartera | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| 15. Otros barrios | 3,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 4,5% | 4,8% | 4,3% | 4,7% | 6,5% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,2% |

Base: 491 casos

Cruce por edad

| P4D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de productos de tecnología, ocio y cultura? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Andando | 54,4% | 46,7% | 46,3% | 61,0% | 60,3% | 52,2% | 55,6% |
| En coche | 31,0% | 22,2% | 40,0% | 28,6% | 19,0% | 36,7% | 27,7% |
| En autobús | 20,6% | 24,4% | 17,1% | 22,1% | 22,4% | 18,3% | 21,9% |
| En tren | 1,0% | 2,2% | 1,1% | 0,0% | 3,4% | 1,7% | 0,6% |
| En moto | 0,4% | 2,2% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,3% |
| En bicicleta | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,6% | 0,0% |
| Taxi | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 0,6% | 0,0% |
| Otro | 5,5% | 4,4% | 5,7% | 3,8% | 12,1% | 6,1% | 5,1% |
| Tranvía | 4,5% | 6,7% | 2,3% | 5,6% | 5,2% | 3,3% | 5,1% |
| NS/NC | 2,6% | 8,9% | 4,0% | 0,9% | 0,0% | 2,2% | 2,9% |

Base: 491 casos

| P4D_OTRO. Valor | Porcentaje |
|----------------------|---------------|
| - | 97,3% |
| INTERNET | 1,7% |
| SERVICIO A DOMICILIO | 1,0% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P4D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de productos de tecnología, ocio y cultura?

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------|-------|--------|--------------|-------|--------------|-------|-------|
| Andando | 54,4% | 0,0% | 68,3% | 47,6% | 53,2% | 55,8% | 75,0% |
| En coche | 31,0% | 0,0% | 14,3% | 35,0% | 37,1% | 26,7% | 8,3% |
| En autobús | 20,6% | 0,0% | 30,2% | 20,3% | 20,4% | 14,0% | 25,0% |
| En tren | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 1,6% | 1,2% | 0,0% |
| En moto | 0,4% | 0,0% | 1,6% | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,0% |
| Taxi | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,0% |
| Otro | 5,5% | 0,0% | 3,2% | 7,0% | 4,8% | 7,0% | 0,0% |
| Tranvía | 4,5% | 0,0% | 1,6% | 1,4% | 5,9% | 8,1% | 8,3% |
| NS/NC | 2,6% | 100,0% | 1,6% | 4,2% | 1,6% | 2,3% | 0,0% |

Base: 491 casos

Cruce por zona de residencia

P4D. ¿Cómo suele acudir a los establecimientos donde realiza la compra de productos de tecnología, ocio y cultura?

| | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|--------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Andando | 54,4% | 73,5% | 78,9% | 52,1% | 80,0% | 70,5% | 56,7% | 60,0% | 66,7% | 41,7% | 62,2% | 25,8% | 39,3% | 48,2% | 16,2% |
| En coche | 31,0% | 20,6% | 10,5% | 32,4% | 15,0% | 27,3% | 36,7% | 40,0% | 22,2% | 29,2% | 26,7% | 45,2% | 39,3% | 33,9% | 51,4% |
| En autobús | 20,6% | 0,0% | 10,5% | 28,2% | 0,0% | 11,4% | 33,3% | 33,3% | 22,2% | 54,2% | 13,3% | 19,4% | 21,4% | 30,4% | 13,5% |
| En tren | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 8,1% |
| En moto | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 0,0% |
| En bicicleta | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,6% | 0,0% | 0,0% |
| Taxi | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,7% |
| Otro | 5,5% | 5,9% | 5,3% | 5,6% | 5,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 8,9% | 9,7% | 3,6% | 3,6% | 2,7% |
| Tranvía | 4,5% | 5,9% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 11,1% | 0,0% | 10,7% | 0,0% | 24,3% |
| NS/NC | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 6,7% | 11,1% | 0,0% | 2,2% | 3,2% | 7,1% | 5,4% | 2,7% |

Base: 491 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de productos de tecnología, ocio y cultura en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Cercanía/proximidad | 67,5% | 62,5% | 75,9% | 62,3% | 66,7% | 57,4% | 74,0% |
| Mejores precios | 12,1% | 12,5% | 7,4% | 15,6% | 11,1% | 11,5% | 12,5% |
| Mayor calidad | 11,5% | 0,0% | 7,4% | 18,2% | 0,0% | 8,2% | 13,5% |
| Mayor variedad/surtido producto | 21,7% | 25,0% | 16,7% | 26,0% | 16,7% | 26,2% | 18,8% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,6% | 0,0% | 1,0% |
| Horarios | 2,5% | 0,0% | 1,9% | 2,6% | 5,6% | 3,3% | 2,1% |
| Costumbre | 15,3% | 25,0% | 11,1% | 18,2% | 11,1% | 18,0% | 13,5% |
| Confianza | 20,4% | 12,5% | 11,1% | 24,7% | 33,3% | 19,7% | 20,8% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 2,5% | 12,5% | 5,6% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 3,1% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 7,0% | 0,0% | 7,4% | 9,1% | 0,0% | 8,2% | 6,3% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 1,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,6% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,6% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 1,6% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 3,9% | 5,6% | 3,3% | 2,1% |
| Apoyo al pequeño comercio | 2,5% | 0,0% | 3,7% | 2,6% | 0,0% | 1,6% | 3,1% |
| Otros motivos | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 1,6% | 0,0% |
| Atención al cliente | 2,5% | 12,5% | 1,9% | 2,6% | 0,0% | 1,6% | 3,1% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% |

Base: 205 casos

| P4E_1_OTRO. Valor | Porcentaje |
|-------------------|---------------|
| - | 99,9% |
| GARANTÍA | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

P4E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas

compras de productos de tecnología, ocio y cultura en el comercio de proximidad de su zona o barrio?

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|--------|-------------|-------|--------------|--------------|--------|
| Cercanía/proximidad | 67,5% | 0,0% | 68,4% | 66,7% | 71,4% | 59,4% | 100,0% |
| Mejores precios | 12,1% | 0,0% | 10,5% | 15,6% | 12,5% | 9,4% | 0,0% |
| Mayor calidad | 11,5% | 0,0% | 10,5% | 4,4% | 17,9% | 12,5% | 0,0% |
| Mayor variedad/surtido producto | 21,7% | 0,0% | 15,8% | 20,0% | 16,1% | 34,4% | 50,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,6% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 4,4% | 3,6% | 0,0% | 0,0% |
| Costumbre | 15,3% | 0,0% | 10,5% | 17,8% | 19,6% | 9,4% | 0,0% |
| Confianza | 20,4% | 0,0% | 31,6% | 22,2% | 14,3% | 21,9% | 25,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 2,5% | 0,0% | 5,3% | 2,2% | 3,6% | 0,0% | 0,0% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 7,0% | 0,0% | 10,5% | 8,9% | 7,1% | 3,1% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 2,5% | 0,0% | 5,3% | 4,4% | 0,0% | 3,1% | 0,0% |
| Apoyo al pequeño comercio | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 4,4% | 0,0% | 6,3% | 0,0% |
| Otros motivos | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Atención al cliente | 2,5% | 0,0% | 5,3% | 0,0% | 1,8% | 6,3% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 100,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 205 casos

Cruce por zona de residencia

| P4E_1. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de productos de tecnología, ocio y cultura en el comercio de proximidad de su zona o barrio? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------|---|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Cercanía/proximidad | 67,5% | 78,6% | 63,6% | 65,0% | 70,0% | 81,3% | 66,7% | 50,0% | 70,0% | 100,0% | 61,5% | 80,0% | 57,1% | 50,0% | 66,7% |
| Mejores precios | 12,1% | 7,1% | 22,7% | 10,0% | 20,0% | 12,5% | 16,7% | 16,7% | 20,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 14,3% | 0,0% | 16,7% |
| Mayor calidad | 11,5% | 21,4% | 18,2% | 5,0% | 20,0% | 6,3% | 16,7% | 16,7% | 10,0% | 0,0% | 7,7% | 10,0% | 14,3% | 7,1% | 0,0% |
| Mayor variedad/surtido producto | 21,7% | 28,6% | 27,3% | 25,0% | 10,0% | 18,8% | 16,7% | 33,3% | 10,0% | 0,0% | 15,4% | 10,0% | 28,6% | 35,7% | 16,7% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,6% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 2,5% | 7,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Costumbre | 15,3% | 7,1% | 13,6% | 30,0% | 10,0% | 12,5% | 16,7% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 30,8% | 10,0% | 28,6% | 14,3% | 0,0% |
| Confianza | 20,4% | 14,3% | 22,7% | 20,0% | 30,0% | 18,8% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 23,1% | 30,0% | 14,3% | 35,7% | 16,7% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 2,5% | 7,1% | 4,5% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 7,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 0,0% | 33,3% | 20,0% | 33,3% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 7,1% | 33,3% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 2,5% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Apoyo al pequeño comercio | 2,5% | 7,1% | 0,0% | 0,0% | 10,0% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 16,7% |
| Otros motivos | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,1% | 0,0% |
| Atención al cliente | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 10,0% | 0,0% | 16,7% | 0,0% | 0,0% | 33,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 7,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 205 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P4E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de productos de tecnología, ocio y cultura en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Comodidad | 23,4% | 12,5% | 26,2% | 23,9% | 21,6% | 22,8% | 23,8% |
| Mejores precios | 22,6% | 18,8% | 23,8% | 23,3% | 18,9% | 19,7% | 24,2% |
| Mayor calidad | 12,6% | 9,4% | 12,3% | 15,1% | 5,4% | 9,4% | 14,3% |
| Mayor variedad/surtido producto | 44,0% | 40,6% | 46,7% | 44,7% | 35,1% | 44,1% | 43,9% |
| Transporte cómodo de la compra | 2,6% | 3,1% | 3,3% | 1,9% | 2,7% | 2,4% | 2,7% |
| Horarios | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 8,1% | 1,6% | 1,3% |
| Costumbre | 13,1% | 12,5% | 13,1% | 13,8% | 10,8% | 13,4% | 13,0% |
| Confianza | 12,0% | 9,4% | 10,7% | 12,6% | 16,2% | 12,6% | 11,7% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 5,1% | 6,3% | 4,9% | 5,0% | 5,4% | 4,7% | 5,4% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 10,0% | 9,4% | 9,8% | 10,7% | 8,1% | 10,2% | 9,9% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,4% | 0,0% | 3,3% | 0,6% | 0,0% | 2,4% | 0,9% |
| Cercanía lugar de trabajo | 2,3% | 3,1% | 3,3% | 1,9% | 0,0% | 3,1% | 1,8% |
| Tengo familiares allí | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,9% |
| Combinación con actividades de ocio | 2,3% | 0,0% | 2,5% | 1,3% | 8,1% | 3,1% | 1,8% |
| Variedad de tiendas/oferta | 10,3% | 9,4% | 11,5% | 9,4% | 10,8% | 11,0% | 9,9% |
| Prefiero comprar en centros comerciales | 1,4% | 3,1% | 0,0% | 1,9% | 2,7% | 0,8% | 1,8% |
| Otros motivos | 2,3% | 3,1% | 0,8% | 1,3% | 10,8% | 2,4% | 2,2% |
| Atención al cliente | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 5,4% | 1,6% | 0,4% |
| Garantías (servicio postventa)/Financiación | 2,3% | 3,1% | 1,6% | 2,5% | 2,7% | 1,6% | 2,7% |
| NS/NC | 1,4% | 0,0% | 2,5% | 0,6% | 2,7% | 2,4% | 0,9% |

Base: 332 casos

| P4E_2_OTRO. Valor | Porcentaje |
|---|---------------|
| - | 99,3% |
| LE GUSTA | 0,2% |
| NO HAY LIBRERIAS EN SU BARRIO | 0,1% |
| POR SU EXPOSICIÓN DE ESCAPARATE | 0,1% |
| PORQUE EN SU BARRIO NO HAY LIBROS | 0,1% |
| PORQUE SALE A PASEAR AL CENTRO Y SI VE LO QUE LE GUSTA ALLÍ LO COMPRA | 0,1% |
| SERVICIO | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

P4E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas

compras de productos de tecnología, ocio y cultura en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio?

| | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
| Comodidad | 23,4% | 0,0% | 30,6% | 16,0% | 26,4% | 20,4% | 42,9% |
| Mejores precios | 22,6% | 0,0% | 20,4% | 21,0% | 23,6% | 24,1% | 28,6% |
| Mayor calidad | 12,6% | 0,0% | 10,2% | 9,0% | 15,7% | 13,0% | 14,3% |
| Mayor variedad/surtido producto | 44,0% | 0,0% | 36,7% | 47,0% | 41,4% | 51,9% | 42,9% |
| Transporte cómodo de la compra | 2,6% | 0,0% | 4,1% | 2,0% | 2,9% | 1,9% | 0,0% |
| Horarios | 1,4% | 0,0% | 4,1% | 1,0% | 0,0% | 1,9% | 14,3% |
| Costumbre | 13,1% | 0,0% | 16,3% | 10,0% | 11,4% | 22,2% | 0,0% |
| Confianza | 12,0% | 0,0% | 16,3% | 8,0% | 9,3% | 22,2% | 14,3% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 5,1% | 0,0% | 4,1% | 8,0% | 5,7% | 0,0% | 0,0% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 10,0% | 0,0% | 16,3% | 10,0% | 9,3% | 7,4% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,4% | 0,0% | 2,0% | 1,0% | 1,4% | 1,9% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 2,3% | 0,0% | 2,0% | 2,0% | 2,9% | 1,9% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,6% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 2,3% | 0,0% | 2,0% | 1,0% | 2,9% | 3,7% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 10,3% | 0,0% | 12,2% | 11,0% | 9,3% | 11,1% | 0,0% |
| Prefiero comprar en centros comerciales | 1,4% | 0,0% | 2,0% | 2,0% | 0,7% | 1,9% | 0,0% |
| Otros motivos | 2,3% | 0,0% | 2,0% | 5,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% |
| Atención al cliente | 0,9% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,7% | 1,9% | 0,0% |
| Garantías (servicio postventa)/Financiación | 2,3% | 0,0% | 4,1% | 3,0% | 1,4% | 1,9% | 0,0% |
| NS/NC | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 2,9% | 0,0% | 0,0% |

Base: 332 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

| P4E_2. ¿Por qué motivos realiza una parte de estas compras de productos de tecnología, ocio y cultura en otros establecimientos diferentes a las tiendas de proximidad de su zona o barrio? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefie rro | 9. Torrero- Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferi a (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romare da | 13. Arrabal | 14. Casabla nca- Valdesp artera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|------------------------|----------------------------|-----------|--|---------------|-------------|---------------------------------|-------------------|
| Comodidad | 23,4% | 50,0% | 42,1% | 21,2% | 77,8% | 34,5% | 4,2% | 9,1% | 44,4% | 9,5% | 21,9% | 9,1% | 4,8% | 25,6% | 10,0% |
| Mejores precios | 22,6% | 17,9% | 26,3% | 13,5% | 22,2% | 20,7% | 25,0% | 18,2% | 44,4% | 9,5% | 28,1% | 40,9% | 23,8% | 18,6% | 30,0% |
| Mayor calidad | 12,6% | 10,7% | 26,3% | 5,8% | 22,2% | 17,2% | 8,3% | 27,3% | 0,0% | 4,8% | 12,5% | 31,8% | 9,5% | 4,7% | 16,7% |
| Mayor variedad/surtido producto | 44,0% | 25,0% | 36,8% | 40,4% | 44,4% | 55,2% | 45,8% | 63,6% | 33,3% | 61,9% | 34,4% | 50,0% | 42,9% | 44,2% | 50,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 9,5% | 2,3% | 6,7% |
| Horarios | 1,4% | 3,6% | 10,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% |
| Costumbre | 13,1% | 17,9% | 21,1% | 17,3% | 11,1% | 6,9% | 0,0% | 9,1% | 11,1% | 14,3% | 15,6% | 13,6% | 19,0% | 9,3% | 13,3% |
| Confianza | 12,0% | 21,4% | 31,6% | 9,6% | 11,1% | 3,4% | 12,5% | 9,1% | 0,0% | 19,0% | 3,1% | 9,1% | 14,3% | 16,3% | 6,7% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 5,1% | 3,6% | 10,5% | 3,8% | 0,0% | 10,3% | 0,0% | 9,1% | 11,1% | 9,5% | 3,1% | 9,1% | 9,5% | 0,0% | 3,3% |
| Búsqueda de enseñas conocidas | 10,0% | 14,3% | 0,0% | 17,3% | 0,0% | 17,2% | 12,5% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 9,4% | 9,1% | 0,0% | 7,0% | 16,7% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,4% | 3,6% | 5,3% | 3,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 2,3% | 7,1% | 0,0% | 5,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 2,3% | 0,0% | 10,5% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 6,3% | 4,5% | 4,8% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 10,3% | 7,1% | 5,3% | 15,4% | 0,0% | 6,9% | 16,7% | 9,1% | 11,1% | 4,8% | 6,3% | 13,6% | 33,3% | 7,0% | 3,3% |
| Prefiero comprar en centros comerciales | 1,4% | 0,0% | 10,5% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 9,4% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 3,3% |
| Atención al cliente | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% |
| Garantías (servicio postventa)/Financiación | 2,3% | 7,1% | 5,3% | 1,9% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 9,1% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 4,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 1,4% | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 11,1% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 2,3% | 0,0% |

Base: 332 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P5A. ¿Utiliza Internet como medio de búsqueda de información de productos? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Si | 46,4% | 78,1% | 69,5% | 46,1% | 14,9% | 62,1% | 39,9% |
| No | 53,6% | 21,9% | 30,5% | 53,9% | 85,1% | 37,9% | 60,1% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P5A. ¿Utiliza Internet como medio de búsqueda de información de productos? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|---------------|------------|-------|------------|--------------|-------|
| Si | 46,4% | 0,0% | 24,4% | 44,0% | 61,8% | 67,1% | 29,1% |
| No | 53,6% | 100,0% | 75,6% | 56,0% | 38,2% | 32,9% | 70,9% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P5A. ¿Utiliza Internet como medio de búsqueda de información de productos? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefie rro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casabla nca-Valdesp artera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|------------------------|---------------------------|---------------|---|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------|
| Si | 46,4% | 45,6% | 46,3% | 44,0% | 46,2% | 44,3% | 35,2% | 43,9% | 38,3% | 40,0% | 39,3% | 60,0% | 52,1% | 48,1% | 77,4% |
| No | 53,6% | 54,4% | 53,8% | 56,0% | 53,8% | 55,7% | 64,8% | 56,1% | 61,7% | 60,0% | 60,7% | 40,0% | 47,9% | 51,9% | 22,6% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P5B. ¿Qué medio suele utilizar para conectarse a Internet y buscar información de productos? ESPONTÁNEA MULTIPLE | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| PC | 65,6% | 66,0% | 61,1% | 68,2% | 73,0% | 72,4% | 61,1% |
| Smartphone | 35,0% | 52,0% | 47,2% | 23,9% | 13,5% | 33,5% | 36,0% |
| Tablet | 25,0% | 22,0% | 30,0% | 20,9% | 27,0% | 21,6% | 27,2% |
| Portátil | 31,6% | 38,0% | 34,4% | 28,4% | 27,0% | 33,5% | 30,4% |
| Otros | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 468 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P5B. ¿Qué medio suele utilizar para conectarse a Internet y buscar información de productos? ESPONTÁNEA MULTIPLE | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
| PC | 65,6% | 0,0% | 59,2% | 66,9% | 67,3% | 67,7% | 43,8% |
| Smartphone | 35,0% | 0,0% | 40,8% | 36,7% | 31,0% | 37,5% | 31,3% |
| Tablet | 25,0% | 0,0% | 18,4% | 20,9% | 26,8% | 34,4% | 6,3% |
| Portátil | 31,6% | 0,0% | 24,5% | 30,9% | 33,9% | 29,2% | 50,0% |
| Otros | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 468 casos

Cruce por zona de residencia

| P5B. ¿Qué medio suele utilizar para conectarse a Internet y buscar información de productos? ESPONTÁNEA MULTIPLE | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|------------------------|-------------------|
| PC | 65,6% | 61,3% | 67,6% | 67,1% | 61,1% | 62,8% | 60,0% | 61,1% | 50,0% | 65,0% | 71,4% | 77,8% | 60,0% | 64,7% | 70,7% |
| Smartphone | 35,0% | 25,8% | 35,1% | 37,1% | 27,8% | 25,6% | 36,0% | 27,8% | 50,0% | 60,0% | 22,9% | 50,0% | 28,0% | 33,3% | 39,0% |
| Tablet | 25,0% | 25,8% | 29,7% | 22,9% | 22,2% | 25,6% | 24,0% | 22,2% | 22,2% | 25,0% | 28,6% | 27,8% | 36,0% | 17,6% | 24,4% |
| Portátil | 31,6% | 35,5% | 29,7% | 27,1% | 33,3% | 37,2% | 36,0% | 22,2% | 50,0% | 20,0% | 34,3% | 33,3% | 36,0% | 29,4% | 26,8% |
| Otros | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 468 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P6. ¿Suele emplear Internet para buscar información de los comercios donde va a comprar? (horarios, teléfono, ubicación, etc..) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Si | 76,5% | 82,4% | 79,4% | 73,1% | 73,0% | 75,8% | 77,0% |
| No | 23,0% | 17,6% | 20,0% | 26,4% | 27,0% | 24,2% | 22,3% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,6% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,7% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 468 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P6P6. ¿Suele emplear Internet para buscar información de los comercios donde va a comprar? (horarios, teléfono, ubicación, etc..) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Si | 76,5% | 0,0% | 69,4% | 78,4% | 74,4% | 81,3% | 76,5% |
| No | 23,0% | 0,0% | 30,6% | 21,6% | 25,0% | 17,7% | 23,5% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 1,0% | 0,0% |
| | 100,0% | 0,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 468 casos

Cruce por zona de residencia

| P6. ¿Suele emplear Internet para buscar información de los comercios donde va a comprar? (horarios, teléfono, ubicación, etc..) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozarra | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------------------|---------------|---|---------------|---------------|------------------------------|-------------------|
| Si | 76,5% | 80,6% | 70,3% | 77,1% | 77,8% | 76,7% | 88,5% | 72,2% | 72,2% | 85,0% | 68,6% | 80,6% | 84,0% | 68,6% | 78,0% |
| No | 23,0% | 19,4% | 29,7% | 22,9% | 22,2% | 20,9% | 11,5% | 27,8% | 27,8% | 15,0% | 31,4% | 19,4% | 16,0% | 31,4% | 19,5% |
| NS/NC | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 468 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P7. ¿Sobre qué tipos de productos busca información en Internet? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Alimentación | 19,9% | 12,0% | 20,6% | 21,9% | 16,2% | 14,6% | 23,3% |
| Ropa y calzado | 48,1% | 62,0% | 50,0% | 46,8% | 27,0% | 40,5% | 53,0% |
| Electrodomésticos y menaje | 34,2% | 20,0% | 37,2% | 38,3% | 16,2% | 38,4% | 31,4% |
| Mobiliario | 22,0% | 12,0% | 24,4% | 23,9% | 13,5% | 22,2% | 21,9% |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos, viajes...) | 61,8% | 54,0% | 63,9% | 59,7% | 73,0% | 60,0% | 62,9% |
| Tecnología | 45,9% | 56,0% | 48,9% | 45,3% | 21,6% | 55,1% | 39,9% |
| Otros | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Belleza | 0,6% | 0,0% | 1,1% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 1,1% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,5% | 0,7% |

Base: 468 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P7. ¿Sobre qué tipos de productos busca información en Internet? MÚLTIPLE SUGERIDA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
| Alimentación | 19,9% | 0,0% | 26,5% | 12,9% | 21,4% | 22,9% | 25,0% |
| Ropa y calzado | 48,1% | 0,0% | 63,3% | 46,8% | 39,9% | 57,3% | 43,8% |
| Electrodomésticos y menaje | 34,2% | 0,0% | 40,8% | 30,9% | 33,9% | 35,4% | 37,5% |
| Mobiliario | 22,0% | 0,0% | 24,5% | 20,1% | 19,6% | 27,1% | 25,0% |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos, viajes...) | 61,8% | 0,0% | 49,0% | 61,2% | 61,9% | 66,7% | 75,0% |
| Tecnología | 45,9% | 0,0% | 40,8% | 43,2% | 50,0% | 44,8% | 50,0% |
| Otros | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Belleza | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,6% | 1,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 6,3% |

Base: 468 casos

Cruce por zona de residencia

| P7. ¿Sobre qué tipos de productos busca información en Internet? MÚLTIPLE SUGERIDA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romar eda | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------|---------------------------|-----------|---------------|---------------|-------------|-----------------|-------------------|
| Alimentación | 19,9% | 22,6% | 16,2% | 20,0% | 16,7% | 23,3% | 20,0% | 22,2% | 11,1% | 15,0% | 25,7% | 27,8% | 28,0% | 15,7% | 12,2% |
| Ropa y calzado | 48,1% | 48,4% | 45,9% | 44,3% | 50,0% | 39,5% | 56,0% | 61,1% | 50,0% | 60,0% | 40,0% | 58,3% | 48,0% | 47,1% | 46,3% |
| Electrodomésticos y menaje | 34,2% | 22,6% | 40,5% | 38,6% | 22,2% | 46,5% | 28,0% | 27,8% | 11,1% | 45,0% | 25,7% | 36,1% | 44,0% | 35,3% | 31,7% |
| Mobiliario | 22,0% | 19,4% | 21,6% | 27,1% | 11,1% | 25,6% | 20,0% | 16,7% | 11,1% | 20,0% | 22,9% | 27,8% | 28,0% | 17,6% | 22,0% |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos, viajes...) | 61,8% | 64,5% | 64,9% | 61,4% | 55,6% | 72,1% | 60,0% | 61,1% | 38,9% | 55,0% | 60,0% | 58,3% | 80,0% | 60,8% | 58,5% |
| Tecnología | 45,9% | 54,8% | 40,5% | 51,4% | 16,7% | 44,2% | 48,0% | 33,3% | 38,9% | 30,0% | 51,4% | 52,8% | 52,0% | 41,2% | 56,1% |
| Otros | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Belleza | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 4,0% | 2,0% | 0,0% |

Base: 468 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P8A. ¿Compra por Internet desde su casa o trabajo? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Si | 26,0% | 56,3% | 42,5% | 23,4% | 5,6% | 39,9% | 20,1% |
| No | 74,0% | 43,8% | 57,5% | 76,6% | 94,4% | 60,1% | 79,9% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P8A. ¿Compra por Internet desde su casa o trabajo? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Si | 26,0% | 0,0% | 9,0% | 23,4% | 36,4% | 45,5% | 10,9% |
| No | 74,0% | 100,0% | 91,0% | 76,6% | 63,6% | 54,5% | 89,1% |
| NS/NC | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P8A. ¿Compra por Internet desde su casa o trabajo? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespatera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------------------|---------------|---|---------------|---------------|-----------------------------|-------------------|
| Si | 26,0% | 29,4% | 22,5% | 25,8% | 23,1% | 25,8% | 12,7% | 17,1% | 25,5% | 30,0% | 22,5% | 25,0% | 35,4% | 27,4% | 47,2% |
| No | 74,0% | 70,6% | 77,5% | 74,2% | 76,9% | 74,2% | 87,3% | 82,9% | 74,5% | 70,0% | 77,5% | 75,0% | 64,6% | 72,6% | 52,8% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| P8B. Por favor, indique los productos comprados | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Alimentación | 11,3% | 5,6% | 15,3% | 9,6% | 7,1% | 10,8% | 11,7% |
| Ropa y calzado | 36,2% | 52,8% | 39,6% | 29,8% | 14,3% | 24,2% | 46,2% |
| Electrodomésticos y menaje | 10,2% | 2,8% | 14,4% | 6,7% | 21,4% | 10,8% | 9,7% |
| Mobiliario | 3,0% | 0,0% | 4,5% | 2,9% | 0,0% | 1,7% | 4,1% |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos, viajes...) | 49,1% | 36,1% | 50,5% | 50,0% | 64,3% | 56,7% | 42,8% |
| Tecnología | 27,5% | 44,4% | 33,3% | 17,3% | 14,3% | 35,0% | 21,4% |
| Otros | 1,9% | 0,0% | 1,8% | 1,9% | 7,1% | 0,8% | 2,8% |
| Belleza | 2,6% | 0,0% | 3,6% | 2,9% | 0,0% | 2,5% | 2,8% |
| NS/NC | 1,5% | 0,0% | 1,8% | 1,9% | 0,0% | 0,8% | 2,1% |

Base: 262 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P8B. Por favor, indique los productos comprados | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|--------------|-------|--------------|-------|-------|
| Alimentación | 11,3% | 0,0% | 11,1% | 13,3% | 14,0% | 6,2% | 0,0% |
| Ropa y calzado | 36,2% | 0,0% | 50,0% | 34,7% | 30,0% | 46,2% | 14,3% |
| Electrodomésticos y menaje | 10,2% | 0,0% | 11,1% | 16,0% | 7,0% | 9,2% | 0,0% |
| Mobiliario | 3,0% | 0,0% | 5,6% | 5,3% | 2,0% | 1,5% | 0,0% |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos, viajes...) | 49,1% | 0,0% | 22,2% | 48,0% | 53,0% | 49,2% | 71,4% |
| Tecnología | 27,5% | 0,0% | 44,4% | 28,0% | 27,0% | 20,0% | 57,1% |
| Otros | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 4,0% | 0,0% | 0,0% |
| Belleza | 2,6% | 0,0% | 5,6% | 2,7% | 2,0% | 3,1% | 0,0% |
| NS/NC | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 2,7% | 1,0% | 0,0% | 14,3% |

Base: 262 casos

Cruce por zona de residencia

| P8B. Por favor, indique los productos comprados | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| Alimentación | 11,3% | 10,0% | 5,6% | 7,1% | 11,1% | 24,0% | 22,2% | 28,6% | 0,0% | 13,3% | 14,3% | 6,3% | 23,5% | 6,9% | 4,0% |
| Ropa y calzado | 36,2% | 45,0% | 27,8% | 28,6% | 44,4% | 36,0% | 55,6% | 28,6% | 33,3% | 26,7% | 38,1% | 31,3% | 23,5% | 48,3% | 44,0% |
| Electrodomésticos y menaje | 10,2% | 0,0% | 11,1% | 7,1% | 11,1% | 20,0% | 33,3% | 0,0% | 16,7% | 13,3% | 14,3% | 0,0% | 5,9% | 6,9% | 12,0% |
| Mobiliario | 3,0% | 5,0% | 5,6% | 2,4% | 11,1% | 4,0% | 0,0% | 14,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,9% | 0,0% |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos, viajes...) | 49,1% | 35,0% | 66,7% | 64,3% | 66,7% | 44,0% | 44,4% | 42,9% | 33,3% | 46,7% | 42,9% | 31,3% | 70,6% | 44,8% | 40,0% |
| Tecnología | 27,5% | 20,0% | 22,2% | 26,2% | 22,2% | 28,0% | 33,3% | 14,3% | 25,0% | 33,3% | 19,0% | 43,8% | 23,5% | 31,0% | 36,0% |
| Otros | 1,9% | 5,0% | 5,6% | 2,4% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 8,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Belleza | 2,6% | 0,0% | 5,6% | 4,8% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,3% | 0,0% | 3,4% | 4,0% |
| NS/NC | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,8% | 6,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Base: 262 casos

| P8B_OTRO. Valor | Porcentaje |
|----------------------------------|---------------|
| - | 99,5% |
| COMPLEMENTOS RELOJES JOYERÍA | 0,1% |
| DIETÉTICOS Y PRODUCTOS NATURALES | 0,1% |
| MEDICAMENTOS | 0,1% |
| MEDICINAS PERROS | 0,1% |
| PRODUCTO FARMACÉUTICO | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 262 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P9. De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet?

Cruce por edad

| P9_1. Alimentación | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|-----------------------|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| Media | 35,1 | 5,0 | 31,9 | 49,0 | 10,0 |
| Desviación | 34,3 | 0,0 | 36,2 | 30,7 | |

Base: 30 casos

Cruce por sexo

| P9_1. Alimentación | Total | Hombre | Mujer |
|-----------------------|-------|--------|-------|
| Media | 35,1 | 43,5 | 28,7 |
| Desviación | 34,3 | 35,0 | 33,3 |

Base: 30 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P9_1. Alimentación | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-----------------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 35,1 | - | 40,0 | 37,8 | 35,7 | 23,8 | - |
| Desviación | 34,3 | - | 42,4 | 37,2 | 37,1 | 20,6 | - |

Base: 30 casos

Cruce por zona de residencia

| P9_1. Alimentación | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|-----------------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 35,1 | 75,0 | 70,0 | 11,7 | 20,0 | 34,2 | 47,5 | 95,0 | | 30,0 | 37,3 | 1,0 | 23,8 | 0,0 | 20,0 |
| Desviación | 34,3 | 35,4 | | 7,6 | | 22,9 | 60,1 | 7,1 | | 28,3 | 54,4 | | 20,6 | 14,1 | |

Base: 30 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P9. De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet?

Cruce por edad

| P9_2. Ropa y calzado | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|----------------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 16,1 | 14,1 | 18,7 | 12,1 | 40,0 |
| Desviación | 32,5 | 14,4 | 45,1 | 12,4 | 42,4 |

Base: 89 casos

Cruce por sexo

| P9_2. Ropa y calzado | Total | Hombre | Mujer |
|----------------------|-------|--------|-------|
| Media | 16,1 | 13,7 | 17,2 |
| Desviación | 32,5 | 17,9 | 37,1 |

Base: 89 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P9_2. Ropa y calzado | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|----------------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 16,1 | - | 6,3 | 19,3 | 4,5 | 27,4 | 5,0 |
| Desviación | 32,5 | - | 6,3 | 24,1 | 23,3 | 45,1 | |

Base: 89 casos

Cruce por zona de residencia

| P9_2. Ropa y calzado | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|----------------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 16,1 | 11,3 | 19,0 | 24,5 | 15,5 | 11,6 | 20,6 | 7,5 | 14,5 | 21,8 | 19,1 | 33,8 | 17,3 | 9,9 | 8,7 |
| Desviación | 32,5 | 7,9 | 16,1 | 58,6 | 23,0 | 9,4 | 20,5 | 3,5 | 14,8 | 32,3 | 24,3 | 65,0 | 20,0 | 42,3 | 6,8 |

Base: 89 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P9. De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet?

Cruce por edad

| P9_3. Artículos del hogar (electrodomésticos, menaje y mobiliario) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 15,9 | 50,0 | 11,5 | 19,3 | 15,0 |
| Desviación | 26,8 | - | 30,0 | 25,6 | 5,0 |

Base: 29 casos

Cruce por sexo

| P9_3. Artículos del hogar (electrodomésticos, menaje y mobiliario) | Total | Hombre | Mujer |
|--|-------|--------|-------|
| Media | 15,9 | 21,9 | 10,3 |
| Desviación | 26,8 | 25,1 | 28,0 |

Base: 29 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P9_3. Artículos del hogar (electrodomésticos, menaje y mobiliario) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 15,9 | - | 27,5 | 20,9 | 10,4 | 10,1 | - |
| Desviación | 26,8 | - | 31,8 | 25,8 | 38,1 | 10,1 | - |

Base: 29 casos

Cruce por zona de residencia

| P9_3. Artículos del hogar (electrodomésticos, menaje y mobiliario) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|----------------|-------------------|
| Media | 15,9 | 15,0 | 7,5 | 10,3 | 2,0 | 9,4 | 55,0 | 90,0 | 12,0 | 22,5 | 11,0 | | 4,0 | -9,0 | 9,3 |
| Desviación | 26,8 | | 3,5 | 9,5 | | 6,8 | 42,7 | | | 10,6 | 8,5 | | | 36,5 | 9,3 |

Base: 29 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P9. De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet?

Cruce por edad

| P9_4. Ocio y cultura (libros, discos, juegos..) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---|-------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------|
| Media | 27,3 | 30,0 | 17,3 | 37,2 | 32,6 |
| Desviación | 77,2 | 29,2 | 33,0 | 117,1 | 39,9 |

Base: 122 casos

Cruce por sexo

| P9_4. Ocio y cultura (libros, discos, juegos..) | Total | Hombre | Mujer |
|---|-------|--------|-------|
| Media | 27,3 | 35,5 | 18,0 |
| Desviación | 77,2 | 101,1 | 31,9 |

Base: 122 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P9_4. Ocio y cultura (libros, discos, juegos..) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 27,3 | - | 7,8 | 46,2 | 17,1 | 29,2 | 4,5 |
| Desviación | 77,2 | - | 9,4 | 138,4 | 30,0 | 37,6 | 4,0 |

Base: 122 casos

Cruce por zona de residencia

| P9_4. Ocio y cultura (libros, discos, juegos..) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid- Delicias | 4. Gran Vía- Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver- Valdefier ro | 9. Torrero- Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romare da | 13. Arrabal | 14. Casablan ca- Valdesp artera | 15. Otros barrios |
|---|-----------------------|-----------|-----------------------------------|---|-------------|-------------------|--------------------|----------------------------------|-------------------------------------|-----------|--|---------------------|----------------|---|-------------------------|
| Media | 27,3 | 16,5 | 24,7 | 50,0 | 33,0 | 11,0 | 10,8 | 18,7 | 12,5 | 35,9 | 22,7 | 48,0 | 24,8 | 12,9 | 7,0 |
| Desviación | 77,2 | 22,6 | 30,2 | 152,8 | 38,3 | 19,3 | 10,7 | 27,2 | 5,0 | 34,3 | 34,5 | 58,2 | 28,8 | 46,0 | 6,1 |

Base: 122 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P9. De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet?

Cruce por edad

| P9_5. Tecnología | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|------------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 29,9 | 18,0 | 13,3 | 68,1 | 70,0 |
| Desviación | 102,0 | 26,6 | 27,4 | 195,9 | 14,1 |

Base: 63 casos

Cruce por sexo

| P9_5. Tecnología | Total | Hombre | Mujer |
|------------------|-------|--------|-------|
| Media | 29,9 | 22,2 | 40,1 |
| Desviación | 102,0 | 24,9 | 154,2 |

Base: 63 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P9_5. Tecnología | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|------------------|-------|------|------------|-------|------------|-------|-------|
| Media | 29,9 | - | 10,0 | 24,6 | 12,3 | 89,4 | 5,3 |
| Desviación | 102,0 | - | 8,0 | 27,6 | 30,2 | 225,0 | 4,5 |

Base: 63 casos

Cruce por zona de residencia

| P9_5. Tecnología | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespañera | 15. Otros barrios |
|------------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|-----------------------------|-------------------|
| Media | 29,9 | 230,0 | 6,5 | 7,1 | 30,0 | 11,9 | 15,0 | 20,0 | | 42,0 | 26,0 | 15,6 | 41,3 | 8,6 | 10,8 |
| Desviación | 102,0 | 380,3 | 4,4 | 4,1 | | 21,5 | 7,1 | | | 37,7 | 30,1 | 20,7 | 31,7 | 44,3 | 4,9 |

Base: 63 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P9. De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet?

Cruce por edad

| P9_6. Otros | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|-------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 17,0 | - | 25,0 | - | 1,0 |
| Desviación | 20,4 | - | 21,2 | - | |

Base: 3 casos

Cruce por sexo

| P9_6. Otros | Total | Hombre | Mujer |
|-------------|-------|--------|-------|
| Media | 17,0 | 1,0 | 25,0 |
| Desviación | 20,4 | | 21,2 |

Base: 3 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P9_6. Otros | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 17,0 | - | - | 40,0 | 5,5 | - | - |
| Desviación | 20,4 | - | - | | 6,4 | - | - |

Base: 3 casos

Cruce por zona de residencia

| P9_6. Otros | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|-------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 17,0 | - | 40,0 | - | - | 1,0 | - | - | 10,0 | - | - | - | - | - | - |
| Desviación | 20,4 | - | | - | - | | - | - | | - | - | - | - | - | - |

Base: 3 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P9. De lo que puede gastar en un mes ¿Cuál es el % de la compra de estos productos que realiza a través de Internet?

Cruce por edad

| P9_7. Belleza | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---------------|--------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 32,571 | - | 43,25 | 18,333 | - |
| Desviación | 35,58 | - | 40,934 | 27,429 | - |

Base: 7 casos

Cruce por sexo

| P9_7. Belleza | Total | Hombre | Mujer |
|---------------|--------|--------|--------|
| Media | 32,571 | 15 | 45,75 |
| Desviación | 35,58 | 21,656 | 40,975 |

Base: 7 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P9_7. Belleza | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---------------|--------|------|------------|--------|------------|--------|-------|
| Media | 32,571 | - | 30 | 21,5 | 51,5 | 26 | - |
| Desviación | 35,58 | - | | 26,163 | 68,589 | 33,941 | - |

Base: 7 casos

Cruce por zona de residencia

| P9_7. Belleza | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 32,6 | - | 30,0 | 26,5 | - | 3,0 | - | - | - | - | - | 100,0 | - | 40,0 | 2,0 |
| Desviación | 35,6 | - | | 33,2 | - | | - | - | - | - | - | | - | | |

Base: 7 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_1. Preparo la lista de la compra y compro lo previsto | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|--------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 21,7% | 18,8% | 15,1% | 19,3% | 33,7% | 22,5% | 21,4% |
| Algo en desacuerdo | 8,9% | 10,9% | 9,7% | 6,7% | 11,6% | 7,7% | 9,4% |
| No lo sé | 4,8% | 6,3% | 7,7% | 3,4% | 3,6% | 6,4% | 4,1% |
| Algo de acuerdo | 32,5% | 43,8% | 35,5% | 32,8% | 26,1% | 34,2% | 31,8% |
| Totalmente de acuerdo | 31,8% | 20,3% | 31,7% | 37,6% | 24,9% | 28,5% | 33,2% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 0,7% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100% |
| Media | 3,4 | 3,4 | 3,6 | 3,6 | 3,0 | 3,4 | 3,5 |
| Desviación | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,7 | 1,5 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_1. Preparo la lista de la compra y compro lo previsto | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 21,7% | 33,3% | 25,4% | 22,2% | 19,5% | 13,3% | 34,5% |
| Algo en desacuerdo | 8,9% | 9,5% | 10,9% | 10,1% | 8,1% | 6,3% | 5,5% |
| No lo sé | 4,8% | 0,0% | 3,5% | 4,7% | 5,5% | 7,0% | 1,8% |
| Algo de acuerdo | 32,5% | 19,0% | 28,4% | 32,0% | 33,1% | 36,4% | 43,6% |
| Totalmente de acuerdo | 31,8% | 33,3% | 31,8% | 31,0% | 33,8% | 37,1% | 12,7% |
| Ns/Nc | 0,2% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,4 | 3,1 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | 3,8 | 2,9 |
| Desviación | 1,5 | 1,8 | 1,6 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 1,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_1. Preparo la lista de la compra y compro lo previsto | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierr o | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared a | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|------------------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 21,7% | 27,9% | 20,0% | 22,0% | 20,5% | 17,5% | 25,4% | 24,4% | 17,0% | 30,0% | 20,2% | 30,0% | 20,8% | 17,0% | 17,0% |
| Algo en desacuerdo | 8,9% | 8,8% | 3,8% | 8,2% | 2,6% | 16,5% | 14,1% | 4,9% | 6,4% | 8,0% | 10,1% | 11,7% | 6,3% | 9,4% | 5,7% |
| No lo sé | 4,8% | 4,4% | 6,3% | 6,3% | 2,6% | 1,0% | 1,4% | 0,0% | 6,4% | 10,0% | 6,7% | 3,3% | 4,2% | 5,7% | 5,7% |
| Algo de acuerdo | 32,5% | 30,9% | 31,3% | 35,2% | 30,8% | 37,1% | 23,9% | 53,7% | 31,9% | 18,0% | 30,3% | 25,0% | 41,7% | 31,1% | 37,7% |
| Totalmente de acuerdo | 31,8% | 27,9% | 38,8% | 28,3% | 43,6% | 27,8% | 35,2% | 17,1% | 36,2% | 34,0% | 31,5% | 30,0% | 27,1% | 36,8% | 34,0% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,4 | 3,2 | 3,7 | 3,4 | 3,7 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,7 | 3,2 | 3,4 | 3,1 | 3,5 | 3,6 | 3,7 |
| Desviación | 1,5 | 1,6 | 1,5 | 1,5 | 1,6 | 1,5 | 1,7 | 1,5 | 1,5 | 1,7 | 1,5 | 1,7 | 1,5 | 1,5 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_2. Preparo la lista de la compra, pero hay productos que compro de forma imprevista | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 26,0% | 18,8% | 19,7% | 27,1% | 32,5% | 27,5% | 25,4% |
| Algo en desacuerdo | 14,2% | 20,3% | 13,1% | 14,9% | 12,4% | 14,1% | 14,2% |
| No lo sé | 7,4% | 10,9% | 10,4% | 6,0% | 6,0% | 8,4% | 7,0% |
| Algo de acuerdo | 37,9% | 39,1% | 41,3% | 37,2% | 35,3% | 36,6% | 38,5% |
| Totalmente de acuerdo | 14,3% | 10,9% | 15,1% | 14,7% | 13,7% | 13,1% | 14,8% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 0,3% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,0 | 3,0 | 3,2 | 3,0 | 2,9 | 2,9 | 3,0 |
| Desviación | 1,5 | 1,3 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_2. Preparo la lista de la compra, pero hay productos que compro de forma imprevista | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 26,0% | 42,9% | 29,4% | 25,3% | 24,6% | 20,3% | 32,7% |
| Algo en desacuerdo | 14,2% | 0,0% | 16,4% | 17,7% | 13,6% | 9,1% | 7,3% |
| No lo sé | 7,4% | 0,0% | 8,0% | 6,3% | 7,4% | 10,5% | 7,3% |
| Algo de acuerdo | 37,9% | 33,3% | 34,8% | 37,3% | 37,9% | 42,0% | 43,6% |
| Totalmente de acuerdo | 14,3% | 23,8% | 11,4% | 13,3% | 16,5% | 17,5% | 7,3% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,0 | 3,0 | 2,8 | 3,0 | 3,1 | 3,3 | 2,9 |
| Desviación | 1,5 | 1,8 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_2. Preparo la lista de la compra, pero hay productos que compro de forma imprevista | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almorzar | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 26,0% | 32,4% | 27,5% | 25,2% | 35,9% | 21,6% | 31,0% | 26,8% | 21,3% | 38,0% | 21,3% | 33,3% | 18,8% | 22,6% | 17,0% |
| Algo en desacuerdo | 14,2% | 20,6% | 10,0% | 13,2% | 5,1% | 17,5% | 12,7% | 14,6% | 19,1% | 10,0% | 13,5% | 6,7% | 20,8% | 18,9% | 11,3% |
| No lo sé | 7,4% | 4,4% | 8,8% | 8,2% | 2,6% | 9,3% | 8,5% | 2,4% | 8,5% | 0,0% | 12,4% | 1,7% | 4,2% | 13,2% | 5,7% |
| Algo de acuerdo | 37,9% | 29,4% | 37,5% | 40,9% | 35,9% | 41,2% | 33,8% | 43,9% | 42,6% | 34,0% | 32,6% | 38,3% | 41,7% | 34,0% | 49,1% |
| Totalmente de acuerdo | 14,3% | 13,2% | 16,3% | 12,6% | 20,5% | 10,3% | 14,1% | 12,2% | 8,5% | 18,0% | 19,1% | 20,0% | 12,5% | 11,3% | 17,0% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,0 | 2,7 | 3,1 | 3,0 | 3,0 | 3,0 | 2,9 | 3,0 | 3,0 | 2,8 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 2,9 | 3,4 |
| Desviación | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 1,7 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 1,6 | 1,5 | 1,6 | 1,4 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_3. Siempre busco el producto en oferta y promoción | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 17,7% | 10,9% | 15,1% | 19,0% | 19,7% | 19,1% | 17,0% |
| Algo en desacuerdo | 14,7% | 14,1% | 14,7% | 15,4% | 13,7% | 15,4% | 14,4% |
| No lo sé | 8,6% | 14,1% | 9,3% | 9,9% | 4,4% | 10,4% | 7,9% |
| Algo de acuerdo | 35,3% | 35,9% | 34,4% | 34,9% | 36,9% | 37,6% | 34,4% |
| Totalmente de acuerdo | 23,5% | 25,0% | 25,9% | 20,9% | 25,3% | 17,1% | 26,2% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,3 | 3,5 | 3,4 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,4 |
| Desviación | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_3. Siempre busco el producto en oferta y promoción | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 17,7% | 14,3% | 12,4% | 17,7% | 22,4% | 12,6% | 27,3% |
| Algo en desacuerdo | 14,7% | 9,5% | 13,9% | 13,6% | 16,2% | 18,9% | 7,3% |
| No lo sé | 8,6% | 0,0% | 5,0% | 7,6% | 10,7% | 11,2% | 14,5% |
| Algo de acuerdo | 35,3% | 33,3% | 40,3% | 37,3% | 32,4% | 27,3% | 41,8% |
| Totalmente de acuerdo | 23,5% | 42,9% | 28,4% | 23,7% | 18,0% | 30,1% | 7,3% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,3 | 3,8 | 3,6 | 3,4 | 3,1 | 3,4 | 2,9 |
| Desviación | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_3. Siempre busco el producto en oferta y promoción | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almazara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|----------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 17,7% | 20,6% | 23,8% | 17,0% | 20,5% | 14,4% | 23,9% | 12,2% | 14,9% | 20,0% | 19,1% | 20,0% | 18,8% | 10,4% | 15,1% |
| Algo en desacuerdo | 14,7% | 17,6% | 16,3% | 16,4% | 15,4% | 16,5% | 5,6% | 9,8% | 10,6% | 8,0% | 15,7% | 8,3% | 20,8% | 19,8% | 15,1% |
| No lo sé | 8,6% | 5,9% | 10,0% | 6,9% | 5,1% | 13,4% | 7,0% | 9,8% | 6,4% | 10,0% | 10,1% | 15,0% | 6,3% | 9,4% | 1,9% |
| Algo de acuerdo | 35,3% | 38,2% | 25,0% | 39,0% | 28,2% | 36,1% | 31,0% | 36,6% | 42,6% | 34,0% | 27,0% | 43,3% | 41,7% | 34,0% | 41,5% |
| Totalmente de acuerdo | 23,5% | 17,6% | 25,0% | 20,8% | 30,8% | 19,6% | 32,4% | 31,7% | 23,4% | 28,0% | 27,0% | 13,3% | 12,5% | 26,4% | 26,4% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,3 | 3,1 | 3,1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,7 | 3,5 | 3,4 | 3,3 | 3,2 | 3,1 | 3,5 | 3,5 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,6 | 1,3 | 1,6 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_4. Me espero a las rebajas para comprar | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 27,9% | 10,9% | 15,1% | 19,0% | 19,7% | 19,1% | 17,0% |
| Algo en desacuerdo | 18,4% | 14,1% | 14,7% | 15,4% | 13,7% | 15,4% | 14,4% |
| No lo sé | 9,8% | 14,1% | 9,3% | 9,9% | 4,4% | 10,4% | 7,9% |
| Algo de acuerdo | 29,0% | 35,9% | 34,4% | 34,9% | 36,9% | 37,6% | 34,4% |
| Totalmente de acuerdo | 14,9% | 25,0% | 25,9% | 20,9% | 25,3% | 17,1% | 26,2% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,8 | 3,5 | 3,4 | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,4 |
| Desviación | 1,5 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_4. Me espero a las rebajas para comprar | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 27,9% | 28,6% | 32,3% | 30,1% | 24,3% | 22,4% | 30,9% |
| Algo en desacuerdo | 18,4% | 33,3% | 19,9% | 17,4% | 18,0% | 17,5% | 16,4% |
| No lo sé | 9,8% | 4,8% | 5,5% | 9,2% | 10,7% | 15,4% | 12,7% |
| Algo de acuerdo | 29,0% | 14,3% | 28,4% | 29,7% | 31,3% | 25,9% | 29,1% |
| Totalmente de acuerdo | 14,9% | 19,0% | 13,9% | 13,6% | 15,8% | 18,9% | 9,1% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 2,8 | 2,6 | 2,7 | 2,8 | 3,0 | 3,0 | 2,7 |
| Desviación | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_4. Me espero a las rebajas para comprar | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 27,9% | 23,5% | 30,0% | 24,5% | 25,6% | 25,8% | 39,4% | 26,8% | 25,5% | 38,0% | 37,1% | 31,7% | 25,0% | 22,6% | 17,0% |
| Algo en desacuerdo | 18,4% | 19,1% | 16,3% | 18,2% | 25,6% | 19,6% | 15,5% | 14,6% | 25,5% | 20,0% | 15,7% | 16,7% | 25,0% | 18,9% | 11,3% |
| No lo sé | 9,8% | 10,3% | 12,5% | 10,7% | 5,1% | 12,4% | 9,9% | 9,8% | 6,4% | 8,0% | 6,7% | 10,0% | 4,2% | 10,4% | 15,1% |
| Algo de acuerdo | 29,0% | 27,9% | 27,5% | 32,1% | 20,5% | 30,9% | 23,9% | 36,6% | 27,7% | 22,0% | 25,8% | 30,0% | 31,3% | 27,4% | 39,6% |
| Totalmente de acuerdo | 14,9% | 19,1% | 13,8% | 14,5% | 23,1% | 11,3% | 11,3% | 12,2% | 14,9% | 12,0% | 13,5% | 11,7% | 14,6% | 20,8% | 17,0% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,8 | 3,0 | 2,8 | 2,9 | 2,9 | 2,8 | 2,5 | 2,9 | 2,8 | 2,5 | 2,6 | 2,7 | 2,9 | 3,0 | 3,3 |
| Desviación | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 1,6 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_5. No planifico la compra, adquiero los productos que me interesan cuando estoy en el propio establecimiento | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 55,0% | 45,3% | 59,5% | 56,0% | 51,0% | 52,0% | 56,2% |
| Algo en desacuerdo | 12,2% | 17,2% | 10,4% | 13,3% | 10,8% | 13,1% | 11,8% |
| No lo sé | 3,4% | 1,6% | 5,0% | 3,7% | 1,6% | 4,4% | 3,0% |
| Algo de acuerdo | 15,4% | 21,9% | 15,8% | 12,4% | 18,5% | 14,1% | 15,9% |
| Totalmente de acuerdo | 13,8% | 14,1% | 8,9% | 14,2% | 18,1% | 15,4% | 13,1% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,4% | 0,5% | 0,0% | 1,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,2 | 2,4 | 2,0 | 2,2 | 2,4 | 2,3 | 2,2 |
| Desviación | 1,6 | 1,6 | 1,4 | 1,5 | 1,7 | 1,6 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_5. No planifico la compra, adquiero los productos que me interesan cuando estoy en el propio establecimiento | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 55,0% | 47,6% | 54,2% | 56,6% | 53,3% | 59,4% | 47,3% |
| Algo en desacuerdo | 12,2% | 9,5% | 12,4% | 11,7% | 11,8% | 13,3% | 14,5% |
| No lo sé | 3,4% | 0,0% | 3,0% | 2,8% | 3,3% | 5,6% | 3,6% |
| Algo de acuerdo | 15,4% | 23,8% | 12,4% | 14,9% | 20,2% | 9,8% | 16,4% |
| Totalmente de acuerdo | 13,8% | 19,0% | 17,4% | 13,9% | 11,0% | 11,9% | 16,4% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 2,2 | 2,6 | 2,3 | 2,2 | 2,2 | 2,0 | 2,4 |
| Desviación | 1,6 | 1,7 | 1,6 | 1,6 | 1,5 | 1,5 | 1,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_5. No planifico la compra, adquiero los productos en el propio estable. | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 55,0% | 52,9% | 50,0% | 55,3% | 56,4% | 50,5% | 60,6% | 53,7% | 63,8% | 54,0% | 50,6% | 58,3% | 52,1% | 57,5% | 58,5% |
| Algo en desacuerdo | 12,2% | 13,2% | 17,5% | 10,7% | 5,1% | 14,4% | 8,5% | 9,8% | 10,6% | 14,0% | 18,0% | 11,7% | 10,4% | 12,3% | 7,5% |
| No lo sé | 3,4% | 4,4% | 2,5% | 4,4% | 5,1% | 2,1% | 2,8% | 2,4% | 0,0% | 4,0% | 1,1% | 5,0% | 6,3% | 3,8% | 3,8% |
| Algo de acuerdo | 15,4% | 14,7% | 10,0% | 17,6% | 17,9% | 20,6% | 14,1% | 17,1% | 14,9% | 16,0% | 13,5% | 11,7% | 20,8% | 13,2% | 13,2% |
| Totalmente de acuerdo | 13,8% | 14,7% | 20,0% | 11,9% | 15,4% | 12,4% | 14,1% | 17,1% | 8,5% | 12,0% | 15,7% | 13,3% | 10,4% | 13,2% | 15,1% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,2 | 2,3 | 2,3 | 2,1 | 2,3 | 1,9 | 2,2 | 2,3 | 2,1 | 2,3 | 2,1 | 2,2 |
| Desviación | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,5 | 1,6 | 1,5 | 1,6 | 1,7 | 1,4 | 1,5 | 1,6 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,6 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_6. Busco mucho en Internet, pero mayoritariamente acabo comprando en tiendas físicas | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 59,5% | 18,8% | 36,3% | 61,7% | 90,4% | 45,6% | 65,4% |
| Algo en desacuerdo | 4,1% | 3,1% | 6,6% | 4,4% | 1,2% | 4,7% | 3,8% |
| No lo sé | 2,5% | 7,8% | 3,1% | 2,5% | 0,4% | 5,0% | 1,4% |
| Algo de acuerdo | 13,8% | 28,1% | 23,9% | 11,0% | 4,4% | 18,1% | 12,0% |
| Totalmente de acuerdo | 20,1% | 42,2% | 30,1% | 20,4% | 3,6% | 26,5% | 17,5% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,3 | 3,7 | 3,1 | 2,2 | 1,3 | 2,8 | 2,1 |
| Desviación | 1,7 | 1,5 | 1,7 | 1,7 | 1,0 | 1,8 | 1,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_6. Busco mucho en Internet, pero mayoritariamente acabo comprando en tiendas físicas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 59,5% | 100,0% | 80,6% | 63,0% | 45,6% | 37,8% | 72,7% |
| Algo en desacuerdo | 4,1% | 0,0% | 1,0% | 4,1% | 6,3% | 6,3% | 0,0% |
| No lo sé | 2,5% | 0,0% | 1,5% | 2,5% | 2,9% | 2,8% | 3,6% |
| Algo de acuerdo | 13,8% | 0,0% | 5,5% | 14,6% | 17,6% | 18,9% | 12,7% |
| Totalmente de acuerdo | 20,1% | 0,0% | 11,4% | 15,8% | 27,6% | 34,3% | 10,9% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 2,3 | 1,0 | 1,7 | 2,2 | 2,8 | 3,1 | 1,9 |
| Desviación | 1,7 | 0,0 | 1,4 | 1,6 | 1,8 | 1,8 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_6. Busco mucho en Internet, pero mayoritariamente acabo comprando en tiendas físicas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 59,5% | 57,4% | 58,8% | 62,3% | 64,1% | 57,7% | 66,2% | 63,4% | 68,1% | 62,0% | 66,3% | 56,7% | 54,2% | 60,4% | 28,3% |
| Algo en desacuerdo | 4,1% | 5,9% | 3,8% | 3,1% | 7,7% | 5,2% | 2,8% | 2,4% | 2,1% | 2,0% | 2,2% | 3,3% | 12,5% | 2,8% | 5,7% |
| No lo sé | 2,5% | 1,5% | 1,3% | 2,5% | 0,0% | 4,1% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 8,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 4,7% | 5,7% |
| Algo de acuerdo | 13,8% | 13,2% | 11,3% | 18,2% | 5,1% | 17,5% | 7,0% | 14,6% | 17,0% | 10,0% | 10,1% | 10,0% | 10,4% | 12,3% | 30,2% |
| Totalmente de acuerdo | 20,1% | 22,1% | 25,0% | 13,8% | 23,1% | 15,5% | 23,9% | 17,1% | 12,8% | 18,0% | 21,3% | 26,7% | 22,9% | 19,8% | 30,2% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,3 | 2,4 | 2,4 | 2,2 | 2,2 | 2,3 | 2,2 | 2,2 | 2,0 | 2,2 | 2,2 | 2,5 | 2,4 | 2,3 | 3,3 |
| Desviación | 1,7 | 1,7 | 1,8 | 1,6 | 1,7 | 1,6 | 1,8 | 1,7 | 1,6 | 1,7 | 1,7 | 1,8 | 1,7 | 1,7 | 1,6 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_7. Miro en los comercios, pero mayoritariamente compro más por Internet | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 90,3% | 73,4% | 85,7% | 91,7% | 96,8% | 85,6% | 92,3% |
| Algo en desacuerdo | 5,2% | 15,6% | 5,8% | 5,5% | 1,2% | 6,0% | 4,8% |
| No lo sé | 1,3% | 1,6% | 2,3% | 0,7% | 1,2% | 3,0% | 0,6% |
| Algo de acuerdo | 2,2% | 6,3% | 3,9% | 1,4% | 0,8% | 3,4% | 1,7% |
| Totalmente de acuerdo | 1,1% | 3,1% | 2,3% | 0,7% | 0,0% | 2,0% | 0,7% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,1% |
| Media | 1,2 | 1,5 | 1,3 | 1,1 | 1,1 | 1,3 | 1,1 |
| Desviación | 0,7 | 1,0 | 0,9 | 0,5 | 0,4 | 0,8 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_7. Miro en los comercios, pero mayoritariamente compro más por Internet | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 90,3% | 100,0% | 95,0% | 92,1% | 84,9% | 86,7% | 94,5% |
| Algo en desacuerdo | 5,2% | 0,0% | 2,0% | 4,1% | 7,7% | 8,4% | 3,6% |
| No lo sé | 1,3% | 0,0% | 0,5% | 0,9% | 2,2% | 2,1% | 0,0% |
| Algo de acuerdo | 2,2% | 0,0% | 1,5% | 1,6% | 3,7% | 2,1% | 1,8% |
| Totalmente de acuerdo | 1,1% | 0,0% | 1,0% | 1,3% | 1,5% | 0,7% | 0,0% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 1,2 | 1,0 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,2 | 1,1 |
| Desviación | 0,7 | 0,0 | 0,6 | 0,6 | 0,8 | 0,7 | 0,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_7. Miro en los comercios, pero mayoritariamente compro más por Internet | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 90,3% | 94,1% | 93,8% | 91,2% | 92,3% | 89,7% | 93,0% | 92,7% | 93,6% | 82,0% | 89,9% | 91,7% | 87,5% | 87,7% | 83,0% |
| Algo en desacuerdo | 5,2% | 2,9% | 5,0% | 6,9% | 7,7% | 5,2% | 2,8% | 2,4% | 4,3% | 6,0% | 4,5% | 3,3% | 6,3% | 7,5% | 3,8% |
| No lo sé | 1,3% | 1,5% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 4,0% | 0,0% | 1,7% | 2,1% | 1,9% | 3,8% |
| Algo de acuerdo | 2,2% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 1,4% | 2,4% | 2,1% | 6,0% | 3,4% | 3,3% | 2,1% | 1,9% | 7,5% |
| Totalmente de acuerdo | 1,1% | 0,0% | 1,3% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 2,2% | 0,0% | 2,1% | 0,9% | 1,9% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 1,4 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,2 | 1,4 |
| Desviación | 0,7 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,3 | 0,6 | 0,8 | 0,6 | 0,5 | 1,0 | 0,8 | 0,6 | 0,8 | 0,7 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_8. Busco en Internet valoraciones de otros clientes antes de comprar (foros, blogs, redes sociales, etc..) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 79,1% | 43,8% | 64,5% | 83,7% | 95,2% | 68,8% | 83,4% |
| Algo en desacuerdo | 3,8% | 9,4% | 5,0% | 3,4% | 1,6% | 4,7% | 3,4% |
| No lo sé | 2,4% | 1,6% | 5,8% | 1,8% | 0,0% | 3,7% | 1,8% |
| Algo de acuerdo | 8,0% | 23,4% | 11,6% | 7,3% | 1,6% | 10,1% | 7,2% |
| Totalmente de acuerdo | 6,7% | 21,9% | 13,1% | 3,7% | 1,6% | 12,8% | 4,2% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 1,6 | 2,7 | 2,0 | 1,4 | 1,1 | 1,9 | 1,5 |
| Desviación | 1,3 | 1,7 | 1,5 | 1,1 | 0,6 | 1,5 | 1,1 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_8. Busco en Internet valoraciones de otros clientes antes de comprar (foros, blogs, redes sociales, etc..) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 79,1% | 100,0% | 88,1% | 80,1% | 72,4% | 71,3% | 85,5% |
| Algo en desacuerdo | 3,8% | 0,0% | 2,0% | 5,1% | 3,7% | 3,5% | 5,5% |
| No lo sé | 2,4% | 0,0% | 1,0% | 1,9% | 2,9% | 4,2% | 3,6% |
| Algo de acuerdo | 8,0% | 0,0% | 5,0% | 8,2% | 11,0% | 9,1% | 3,6% |
| Totalmente de acuerdo | 6,7% | 0,0% | 4,0% | 4,7% | 9,9% | 11,9% | 1,8% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 1,6 | 1,0 | 1,3 | 1,5 | 1,8 | 1,9 | 1,3 |
| Desviación | 1,3 | | 1,0 | 1,2 | 1,4 | 1,5 | 0,9 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_8. Busco en Internet valoraciones de otros clientes antes de comprar (foros, blogs, redes sociales, etc..) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 79,1% | 73,5% | 81,3% | 77,4% | 89,7% | 82,5% | 83,1% | 82,9% | 91,5% | 80,0% | 79,8% | 85,0% | 68,8% | 74,5% | 64,2% |
| Algo en desacuerdo | 3,8% | 4,4% | 5,0% | 4,4% | 0,0% | 3,1% | 4,2% | 0,0% | 2,1% | 6,0% | 4,5% | 1,7% | 4,2% | 3,8% | 5,7% |
| No lo sé | 2,4% | 4,4% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 1,0% | 1,4% | 2,4% | 2,1% | 2,0% | 3,4% | 3,3% | 6,3% | 1,9% | 3,8% |
| Algo de acuerdo | 8,0% | 10,3% | 5,0% | 9,4% | 7,7% | 10,3% | 5,6% | 14,6% | 0,0% | 6,0% | 4,5% | 5,0% | 10,4% | 10,4% | 11,3% |
| Totalmente de acuerdo | 6,7% | 7,4% | 8,8% | 6,3% | 2,6% | 3,1% | 5,6% | 0,0% | 4,3% | 6,0% | 7,9% | 5,0% | 10,4% | 9,4% | 15,1% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 1,6 | 1,7 | 1,6 | 1,6 | 1,3 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,2 | 1,5 | 1,6 | 1,4 | 1,9 | 1,8 | 2,1 |
| Desviación | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 0,9 | 1,2 | 1,2 | 1,1 | 1,5 | 1,4 | 1,6 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P10. En referencia a su comportamiento de compra, indique su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P10_9. Comparto con otros usuarios de Internet mis gustos y mis experiencias de compra | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 90,7% | 76,6% | 85,3% | 92,0% | 97,6% | 83,2% | 93,8% |
| Algo en desacuerdo | 3,2% | 7,8% | 4,2% | 3,2% | 0,8% | 5,4% | 2,3% |
| No lo sé | 0,9% | 1,6% | 1,5% | 0,5% | 0,8% | 1,7% | 0,6% |
| Algo de acuerdo | 3,6% | 7,8% | 6,2% | 3,2% | 0,4% | 5,7% | 2,7% |
| Totalmente de acuerdo | 1,7% | 6,3% | 2,7% | 1,1% | 0,4% | 4,0% | 0,7% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,1% |
| Media | 1,2 | 1,6 | 1,4 | 1,2 | 1,1 | 1,4 | 1,1 |
| Desviación | 0,8 | 1,2 | 1,0 | 0,7 | 0,4 | 1,1 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P10_9. Comparto con otros usuarios de Internet mis gustos y mis experiencias de compra | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 90,7% | 100,0% | 93,5% | 91,5% | 87,9% | 88,1% | 92,7% |
| Algo en desacuerdo | 3,2% | 0,0% | 1,5% | 3,8% | 2,9% | 4,9% | 3,6% |
| No lo sé | 0,9% | 0,0% | 0,5% | 0,9% | 0,7% | 1,4% | 1,8% |
| Algo de acuerdo | 3,6% | 0,0% | 3,0% | 1,9% | 6,6% | 4,2% | 0,0% |
| Totalmente de acuerdo | 1,7% | 0,0% | 1,5% | 1,9% | 1,8% | 1,4% | 1,8% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 1,2 | 1,0 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,1 |
| Desviación | 0,8 | 0,0 | 0,7 | 0,7 | 0,9 | 0,8 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P10_9. Comparto con otros usuarios de Internet mis gustos y mis experiencias de compra | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 90,7% | 89,7% | 88,8% | 91,2% | 97,4% | 92,8% | 91,5% | 90,2% | 93,6% | 92,0% | 91,0% | 90,0% | 89,6% | 90,6% | 81,1% |
| Algo en desacuerdo | 3,2% | 2,9% | 2,5% | 1,9% | 0,0% | 2,1% | 7,0% | 7,3% | 0,0% | 4,0% | 3,4% | 1,7% | 8,3% | 0,9% | 7,5% |
| No lo sé | 0,9% | 0,0% | 1,3% | 1,3% | 2,6% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| Algo de acuerdo | 3,6% | 7,4% | 2,5% | 4,4% | 0,0% | 4,1% | 0,0% | 2,4% | 6,4% | 2,0% | 3,4% | 3,3% | 2,1% | 4,7% | 3,8% |
| Totalmente de acuerdo | 1,7% | 0,0% | 5,0% | 1,3% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 2,2% | 1,7% | 0,0% | 1,9% | 7,5% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | 1,1 | 1,3 | 1,5 |
| Desviación | 0,8 | 0,8 | 1,0 | 0,8 | 0,3 | 0,7 | 0,3 | 0,5 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,5 | 0,9 | 1,2 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_1. Buenos precios | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,2% | 0,4% | 0,3% | 0,1% |
| Algo en desacuerdo | 2,2% | 1,6% | 3,1% | 2,3% | 1,2% | 2,7% | 2,0% |
| No lo sé | 1,9% | 0,0% | 2,3% | 2,8% | 0,4% | 1,7% | 2,0% |
| Algo de acuerdo | 33,3% | 37,5% | 35,5% | 31,0% | 34,1% | 38,3% | 31,3% |
| Totalmente de acuerdo | 61,8% | 59,4% | 57,9% | 63,5% | 63,5% | 56,4% | 64,1% |
| Ns/Nc | 0,6% | 1,6% | 1,2% | 0,2% | 0,4% | 0,7% | 0,6% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,6 | 4,6 | 4,5 | 4,6 | 4,6 | 4,5 | 4,6 |
| Desviación | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_1. Buenos precios | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% |
| Algo en desacuerdo | 2,2% | 4,8% | 1,0% | 2,8% | 2,2% | 2,1% | 1,8% |
| No lo sé | 1,9% | 0,0% | 2,0% | 0,9% | 3,3% | 1,4% | 1,8% |
| Algo de acuerdo | 33,3% | 47,6% | 34,8% | 35,4% | 30,5% | 25,2% | 45,5% |
| Totalmente de acuerdo | 61,8% | 47,6% | 61,7% | 60,4% | 62,1% | 71,3% | 49,1% |
| Ns/Nc | 0,6% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 1,1% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,6 | 4,4 | 4,6 | 4,5 | 4,5 | 4,7 | 4,4 |
| Desviación | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_1. Buenos precios | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,9% | 0,0% |
| Algo en desacuerdo | 2,2% | 7,4% | 1,3% | 5,0% | 2,6% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 2,1% | 1,9% | 1,9% |
| No lo sé | 1,9% | 4,4% | 3,8% | 1,9% | 0,0% | 2,1% | 1,4% | 2,4% | 4,3% | 0,0% | 1,1% | 1,7% | 2,1% | 0,0% | 1,9% |
| Algo de acuerdo | 33,3% | 44,1% | 30,0% | 35,8% | 30,8% | 33,0% | 32,4% | 34,1% | 38,3% | 28,0% | 24,7% | 30,0% | 39,6% | 31,1% | 37,7% |
| Totalmente de acuerdo | 61,8% | 44,1% | 65,0% | 57,2% | 66,7% | 62,9% | 66,2% | 63,4% | 55,3% | 70,0% | 70,8% | 68,3% | 54,2% | 64,2% | 58,5% |
| Ns/Nc | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,6 | 4,3 | 4,6 | 4,5 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,5 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,4 | 4,6 | 4,5 |
| Desviación | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,8 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,7 | 0,5 | 0,6 | 0,5 | 0,8 | 0,7 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_2. Conocer al comerciante/confianza | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 4,0% | 3,1% | 4,2% | 3,9% | 4,0% | 4,4% | 3,8% |
| Algo en desacuerdo | 7,4% | 15,6% | 8,5% | 7,1% | 4,8% | 6,7% | 7,7% |
| No lo sé | 5,5% | 7,8% | 7,7% | 5,5% | 2,4% | 6,0% | 5,2% |
| Algo de acuerdo | 37,1% | 34,4% | 37,5% | 37,2% | 37,3% | 39,9% | 35,9% |
| Totalmente de acuerdo | 45,7% | 39,1% | 41,3% | 46,3% | 51,0% | 42,3% | 47,2% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,4% | 0,7% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,1 | 3,9 | 4,0 | 4,1 | 4,3 | 4,1 | 4,2 |
| Desviación | 1,1 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 1,0 | 1,1 | 1,1 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_2. Conocer al comerciante/confianza | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 4,0% | 4,8% | 3,0% | 2,2% | 4,4% | 7,0% | 7,3% |
| Algo en desacuerdo | 7,4% | 4,8% | 7,0% | 7,9% | 6,6% | 8,4% | 9,1% |
| No lo sé | 5,5% | 0,0% | 4,0% | 5,1% | 5,5% | 7,0% | 10,9% |
| Algo de acuerdo | 37,1% | 33,3% | 41,8% | 39,9% | 34,2% | 27,3% | 45,5% |
| Totalmente de acuerdo | 45,7% | 57,1% | 44,3% | 44,9% | 48,5% | 50,3% | 25,5% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,1 | 4,3 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,1 | 3,7 |
| Desviación | 1,1 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,2 | 1,2 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_2. Conocer al comerciante/confianza | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 4,0% | 5,9% | 1,3% | 5,0% | 2,6% | 2,1% | 1,4% | 2,4% | 2,1% | 4,0% | 9,0% | 3,3% | 6,3% | 2,8% | 5,7% |
| Algo en desacuerdo | 7,4% | 10,3% | 8,8% | 3,1% | 7,7% | 5,2% | 2,8% | 7,3% | 8,5% | 6,0% | 3,4% | 6,7% | 10,4% | 14,2% | 17,0% |
| No lo sé | 5,5% | 7,4% | 3,8% | 4,4% | 5,1% | 4,1% | 7,0% | 0,0% | 8,5% | 2,0% | 3,4% | 8,3% | 8,3% | 7,5% | 7,5% |
| Algo de acuerdo | 37,1% | 33,8% | 32,5% | 42,8% | 23,1% | 46,4% | 42,3% | 48,8% | 44,7% | 30,0% | 33,7% | 31,7% | 43,8% | 27,4% | 34,0% |
| Totalmente de acuerdo | 45,7% | 42,6% | 53,8% | 44,7% | 61,5% | 41,2% | 46,5% | 41,5% | 36,2% | 58,0% | 48,3% | 50,0% | 31,3% | 48,1% | 35,8% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,1 | 4,0 | 4,3 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,0 | 4,3 | 4,1 | 4,2 | 3,8 | 4,0 | 3,8 |
| Desviación | 1,1 | 1,2 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 0,9 | 0,8 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,2 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_3. Buena experiencia de compra | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|------------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 0,7% | 0,1% |
| Algo en desacuerdo | 0,6% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 1,6% | 1,3% | 0,3% |
| No lo sé | 2,5% | 4,7% | 2,7% | 2,5% | 1,6% | 3,7% | 2,0% |
| Algo de acuerdo | 41,0% | 40,6% | 41,7% | 40,4% | 41,4% | 41,6% | 40,7% |
| Totalmente de acuerdo | 54,9% | 54,7% | 54,1% | 56,2% | 53,4% | 51,7% | 56,2% |
| Ns/Nc | 0,8% | 0,0% | 1,2% | 0,7% | 0,8% | 1,0% | 0,7% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,4 | 4,5 |
| Desviación | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_3. Buena experiencia de compra | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 0,3% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 1,8% |
| Algo en desacuerdo | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% | 0,0% | 5,5% |
| No lo sé | 2,5% | 9,5% | 2,0% | 2,5% | 2,9% | 0,7% | 3,6% |
| Algo de acuerdo | 41,0% | 38,1% | 45,3% | 41,1% | 39,0% | 35,0% | 50,9% |
| Totalmente de acuerdo | 54,9% | 52,4% | 50,7% | 55,4% | 56,6% | 64,3% | 34,5% |
| Ns/Nc | 0,8% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 3,6% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,5 | 4,4 | 4,5 | 4,5 | 4,5 | 4,6 | 4,2 |
| Desviación | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,9 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_3. Buena experiencia de compra | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almazara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|------------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 2,1% | 0,9% | 0,0% |
| Algo en desacuerdo | 0,6% | 4,4% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,9% | 0,0% |
| No lo sé | 2,5% | 4,4% | 1,3% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 2,4% | 4,3% | 2,0% | 5,6% | 0,0% | 2,1% | 5,7% | 1,9% |
| Algo de acuerdo | 41,0% | 47,1% | 35,0% | 45,9% | 30,8% | 49,5% | 33,8% | 43,9% | 51,1% | 40,0% | 25,8% | 38,3% | 52,1% | 35,8% | 47,2% |
| Totalmente de acuerdo | 54,9% | 44,1% | 62,5% | 52,2% | 69,2% | 49,5% | 62,0% | 53,7% | 44,7% | 58,0% | 64,0% | 61,7% | 41,7% | 54,7% | 50,9% |
| Ns/Nc | 0,8% | 0,0% | 1,3% | 0,6% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,5 | 4,3 | 4,6 | 4,5 | 4,7 | 4,5 | 4,6 | 4,5 | 4,4 | 4,6 | 4,6 | 4,6 | 4,3 | 4,5 | 4,5 |
| Desviación | 0,6 | 0,8 | 0,5 | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,7 | 0,5 | 0,8 | 0,7 | 0,5 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_4. Buena relación calidad/precio | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--------------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 0,3% | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1% |
| Algo en desacuerdo | 0,6% | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,2% | 0,3% | 0,1% |
| No lo sé | 2,5% | 0,6% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 1,0% | 0,4% |
| Algo de acuerdo | 41,0% | 30,2% | 34,4% | 32,8% | 27,8% | 34,9% | 28,2% |
| Totalmente de acuerdo | 54,9% | 68,6% | 65,6% | 66,0% | 72,0% | 63,4% | 70,7% |
| Ns/Nc | 0,8% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,3% | 0,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,5 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,6 | 4,7 |
| Desviación | 0,6 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_4. Buena relación calidad/precio | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Algo en desacuerdo | 0,2% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| No lo sé | 0,6% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,4% | 2,1% | 0,0% |
| Algo de acuerdo | 30,2% | 42,9% | 30,3% | 29,4% | 28,3% | 29,4% | 40,0% |
| Totalmente de acuerdo | 68,6% | 57,1% | 68,2% | 69,9% | 70,6% | 68,5% | 56,4% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,4% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,7 | 4,6 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,5 |
| Desviación | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_4. Buena relación calidad/precio | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Tórro-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--------------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% |
| Algo en desacuerdo | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| No lo sé | 0,6% | 1,5% | 2,5% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Algo de acuerdo | 30,2% | 32,4% | 30,0% | 31,4% | 28,2% | 28,9% | 33,8% | 34,1% | 42,6% | 22,0% | 19,1% | 21,7% | 50,0% | 25,5% | 35,8% |
| Totalmente de acuerdo | 68,6% | 66,2% | 67,5% | 67,3% | 69,2% | 69,1% | 66,2% | 65,9% | 57,4% | 74,0% | 79,8% | 76,7% | 47,9% | 74,5% | 64,2% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,7 | 4,6 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,7 | 4,6 | 4,7 | 4,8 | 4,8 | 4,4 | 4,7 | 4,6 |
| Desviación | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 0,5 | 0,7 | 0,4 | 0,5 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_5. Atención personalizada y orientada a mis necesidades | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 1,9% | 3,1% | 1,5% | 1,6% | 2,4% | 2,3% | 1,7% |
| Algo en desacuerdo | 6,5% | 17,2% | 7,7% | 6,0% | 3,6% | 6,4% | 6,6% |
| No lo sé | 3,9% | 7,8% | 3,5% | 4,1% | 2,8% | 5,7% | 3,1% |
| Algo de acuerdo | 34,6% | 34,4% | 36,3% | 33,0% | 35,7% | 36,2% | 33,9% |
| Totalmente de acuerdo | 52,4% | 37,5% | 49,8% | 55,0% | 54,2% | 48,0% | 54,2% |
| Ns/Nc | 0,7% | 0,0% | 1,2% | 0,2% | 1,2% | 1,3% | 0,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,3 | 3,9 | 4,3 | 4,3 | 4,4 | 4,2 | 4,3 |
| Desviación | 1,0 | 1,2 | 1,0 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 0,9 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_5. Atención personalizada y orientada a mis necesidades | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 1,9% | 4,8% | 1,0% | 1,9% | 2,9% | 0,7% | 1,8% |
| Algo en desacuerdo | 6,5% | 9,5% | 5,5% | 5,7% | 8,8% | 7,0% | 1,8% |
| No lo sé | 3,9% | 0,0% | 4,0% | 3,2% | 4,0% | 4,2% | 7,3% |
| Algo de acuerdo | 34,6% | 38,1% | 36,8% | 33,2% | 32,7% | 32,2% | 49,1% |
| Totalmente de acuerdo | 52,4% | 42,9% | 51,7% | 55,7% | 50,7% | 55,9% | 38,2% |
| Ns/Nc | 0,7% | 4,8% | 1,0% | 0,3% | 0,7% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% | 100,1% | 100,0% | 100,0% | 99,8% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,3 | 4,1 | 4,3 | 4,4 | 4,2 | 4,4 | 4,2 |
| Desviación | 1,0 | 1,2 | 0,9 | 0,9 | 1,1 | 0,9 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_5. Atención personalizada y orientada a mis necesidades | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 1,9% | 1,5% | 0,0% | 1,9% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 4,9% | 2,1% | 0,0% | 3,4% | 1,7% | 4,2% | 2,8% | 3,8% |
| Algo en desacuerdo | 6,5% | 10,3% | 6,3% | 7,5% | 7,7% | 6,2% | 4,2% | 7,3% | 4,3% | 2,0% | 3,4% | 10,0% | 4,2% | 5,7% | 13,2% |
| No lo sé | 3,9% | 1,5% | 1,3% | 3,8% | 0,0% | 6,2% | 4,2% | 2,4% | 4,3% | 4,0% | 4,5% | 1,7% | 8,3% | 3,8% | 7,5% |
| Algo de acuerdo | 34,6% | 39,7% | 31,3% | 32,1% | 30,8% | 36,1% | 36,6% | 26,8% | 55,3% | 30,0% | 28,1% | 36,7% | 50,0% | 30,2% | 34,0% |
| Totalmente de acuerdo | 52,4% | 47,1% | 61,3% | 54,1% | 59,0% | 50,5% | 52,1% | 58,5% | 34,0% | 64,0% | 58,4% | 50,0% | 33,3% | 56,6% | 41,5% |
| Ns/Nc | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 2,6% | 0,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,3 | 4,2 | 4,5 | 4,3 | 4,4 | 4,3 | 4,4 | 4,3 | 4,1 | 4,6 | 4,4 | 4,2 | 4,0 | 4,3 | 4,0 |
| Desviación | 1,0 | 1,0 | 0,8 | 1,0 | 0,9 | 0,9 | 0,8 | 1,1 | 0,9 | 0,7 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,0 | 1,2 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_6. Que tenga marcas conocidas | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|-----------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 12,1% | 6,3% | 10,0% | 11,7% | 16,5% | 9,7% | 13,1% |
| Algo en desacuerdo | 27,6% | 39,1% | 26,3% | 27,3% | 26,5% | 30,2% | 26,5% |
| No lo sé | 8,6% | 14,1% | 8,5% | 8,9% | 6,8% | 9,1% | 8,5% |
| Algo de acuerdo | 27,1% | 15,6% | 28,6% | 29,1% | 24,9% | 28,9% | 26,3% |
| Totalmente de acuerdo | 24,2% | 25,0% | 25,9% | 22,7% | 24,9% | 21,5% | 25,4% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,8% | 0,2% | 0,4% | 0,7% | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,1 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,2 | 3,2 |
| Desviación | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,3 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_6. Que tenga marcas conocidas | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 12,1% | 9,5% | 14,4% | 13,6% | 10,3% | 9,1% | 12,7% |
| Algo en desacuerdo | 27,6% | 23,8% | 31,3% | 29,1% | 26,5% | 21,0% | 29,1% |
| No lo sé | 8,6% | 9,5% | 5,0% | 7,0% | 10,3% | 12,6% | 12,7% |
| Algo de acuerdo | 27,1% | 33,3% | 26,4% | 28,2% | 26,1% | 27,3% | 25,5% |
| Totalmente de acuerdo | 24,2% | 23,8% | 22,4% | 22,2% | 26,5% | 30,1% | 16,4% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 3,6% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,4 | 3,1 | 3,2 | 3,3 | 3,5 | 3,0 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_6. Que tenga marcas conocidas | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|-----------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 12,1% | 11,8% | 15,0% | 10,7% | 15,4% | 11,3% | 9,9% | 12,2% | 14,9% | 22,0% | 13,5% | 13,3% | 8,3% | 9,4% | 7,5% |
| Algo en desacuerdo | 27,6% | 22,1% | 10,0% | 35,8% | 28,2% | 34,0% | 25,4% | 34,1% | 31,9% | 22,0% | 25,8% | 23,3% | 33,3% | 25,5% | 30,2% |
| No lo sé | 8,6% | 7,4% | 12,5% | 8,2% | 12,8% | 5,2% | 14,1% | 4,9% | 4,3% | 10,0% | 9,0% | 3,3% | 10,4% | 9,4% | 9,4% |
| Algo de acuerdo | 27,1% | 32,4% | 31,3% | 24,5% | 23,1% | 28,9% | 26,8% | 31,7% | 31,9% | 24,0% | 22,5% | 30,0% | 27,1% | 25,5% | 24,5% |
| Totalmente de acuerdo | 24,2% | 26,5% | 31,3% | 20,8% | 20,5% | 19,6% | 23,9% | 17,1% | 14,9% | 22,0% | 28,1% | 30,0% | 20,8% | 29,2% | 28,3% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,4 | 3,5 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 3,3 | 3,1 | 3,0 | 3,0 | 3,3 | 3,4 | 3,2 | 3,4 | 3,4 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,3 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_7. Diseño e interiorismo | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 10,6% | 4,7% | 10,4% | 11,5% | 10,8% | 10,7% | 10,6% |
| Algo en desacuerdo | 26,5% | 34,4% | 28,2% | 25,5% | 24,5% | 31,5% | 24,4% |
| No lo sé | 11,2% | 14,1% | 12,7% | 10,3% | 10,4% | 10,7% | 11,4% |
| Algo de acuerdo | 32,1% | 21,9% | 29,3% | 33,9% | 34,5% | 32,2% | 32,1% |
| Totalmente de acuerdo | 19,1% | 25,0% | 18,9% | 18,8% | 18,5% | 14,1% | 21,3% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 1,2% | 0,7% | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,3 | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,1 | 3,3 |
| Desviación | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_7. Diseño e interiorismo | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 10,6% | 4,8% | 13,4% | 9,5% | 10,3% | 9,1% | 14,5% |
| Algo en desacuerdo | 26,5% | 28,6% | 28,4% | 25,0% | 26,5% | 22,4% | 38,2% |
| No lo sé | 11,2% | 19,0% | 8,5% | 11,4% | 9,2% | 18,9% | 7,3% |
| Algo de acuerdo | 32,1% | 19,0% | 35,3% | 34,8% | 32,0% | 28,0% | 21,8% |
| Totalmente de acuerdo | 19,1% | 28,6% | 14,4% | 18,7% | 21,7% | 21,7% | 16,4% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,4% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 99,9% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,1% | 100,1% | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,4 | 3,1 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 2,9 |
| Desviación | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_7. Diseño e interiorismo | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 10,6% | 17,6% | 11,3% | 8,2% | 17,9% | 8,2% | 5,6% | 7,3% | 12,8% | 16,0% | 10,1% | 8,3% | 12,5% | 13,2% | 5,7% |
| Algo en desacuerdo | 26,5% | 19,1% | 22,5% | 28,3% | 28,2% | 32,0% | 22,5% | 24,4% | 38,3% | 22,0% | 19,1% | 26,7% | 35,4% | 26,4% | 30,2% |
| No lo sé | 11,2% | 7,4% | 12,5% | 7,5% | 7,7% | 8,2% | 14,1% | 14,6% | 10,6% | 16,0% | 15,7% | 18,3% | 8,3% | 13,2% | 5,7% |
| Algo de acuerdo | 32,1% | 35,3% | 32,5% | 35,2% | 28,2% | 35,1% | 39,4% | 31,7% | 27,7% | 30,0% | 23,6% | 31,7% | 31,3% | 23,6% | 45,3% |
| Totalmente de acuerdo | 19,1% | 20,6% | 21,3% | 19,5% | 17,9% | 15,5% | 18,3% | 22,0% | 10,6% | 16,0% | 30,3% | 15,0% | 12,5% | 23,6% | 13,2% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,3 | 3,0 | 3,2 | 3,4 | 3,4 | 2,9 | 3,1 | 3,5 | 3,2 | 3,0 | 3,2 | 3,3 |
| Desviación | 1,3 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 1,4 | 1,3 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,2 | 1,3 | 1,4 | 1,2 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_8. Canal de compra online | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|-------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 73,6% | 45,3% | 61,0% | 75,7% | 90,4% | 62,8% | 78,2% |
| Algo en desacuerdo | 7,8% | 14,1% | 9,7% | 8,9% | 2,4% | 9,4% | 7,2% |
| No lo sé | 4,4% | 6,3% | 7,7% | 3,0% | 2,8% | 5,4% | 3,9% |
| Algo de acuerdo | 8,4% | 10,9% | 13,1% | 8,7% | 2,4% | 11,4% | 7,2% |
| Totalmente de acuerdo | 5,8% | 23,4% | 8,5% | 3,7% | 2,0% | 11,1% | 3,5% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 1,6 | 2,5 | 2,0 | 1,6 | 1,2 | 2,0 | 1,5 |
| Desviación | 1,2 | 1,7 | 1,4 | 1,1 | 0,8 | 1,5 | 1,1 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_8. Canal de compra online | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 73,6% | 100,0% | 82,6% | 76,3% | 65,4% | 60,8% | 89,1% |
| Algo en desacuerdo | 7,8% | 0,0% | 6,0% | 7,3% | 10,3% | 11,2% | 0,0% |
| No lo sé | 4,4% | 0,0% | 1,5% | 4,1% | 7,4% | 4,9% | 1,8% |
| Algo de acuerdo | 8,4% | 0,0% | 5,5% | 7,6% | 9,9% | 14,0% | 5,5% |
| Totalmente de acuerdo | 5,8% | 0,0% | 4,5% | 4,7% | 7,0% | 9,1% | 3,6% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 1,6 | 1,0 | 1,4 | 1,6 | 1,8 | 2,0 | 1,3 |
| Desviación | 1,2 | 0,0 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,4 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_8. Canal de compra online | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|-------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 73,6% | 70,6% | 72,5% | 73,6% | 82,1% | 75,3% | 78,9% | 75,6% | 89,4% | 70,0% | 74,2% | 78,3% | 72,9% | 68,9% | 54,7% |
| Algo en desacuerdo | 7,8% | 13,2% | 6,3% | 10,1% | 7,7% | 8,2% | 0,0% | 12,2% | 4,3% | 8,0% | 7,9% | 3,3% | 8,3% | 4,7% | 17,0% |
| No lo sé | 4,4% | 4,4% | 1,3% | 4,4% | 2,6% | 6,2% | 4,2% | 2,4% | 2,1% | 6,0% | 5,6% | 3,3% | 2,1% | 6,6% | 5,7% |
| Algo de acuerdo | 8,4% | 8,8% | 13,8% | 7,5% | 5,1% | 9,3% | 8,5% | 7,3% | 0,0% | 6,0% | 9,0% | 13,3% | 8,3% | 7,5% | 9,4% |
| Totalmente de acuerdo | 5,8% | 2,9% | 6,3% | 4,4% | 2,6% | 1,0% | 8,5% | 2,4% | 4,3% | 10,0% | 3,4% | 1,7% | 8,3% | 12,3% | 13,2% |
| Ns/Nc | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 1,6 | 1,6 | 1,8 | 1,6 | 1,4 | 1,5 | 1,7 | 1,5 | 1,3 | 1,8 | 1,6 | 1,6 | 1,7 | 1,9 | 2,1 |
| Desviación | 1,2 | 1,1 | 1,3 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,4 | 1,0 | 0,9 | 1,4 | 1,1 | 1,2 | 1,3 | 1,5 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.11. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debería de reunir su comercio ideal?. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo con los siguientes aspectos que le enumeramos a continuación, empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo:

| P11_9. Canal de comunicación/atención online (web, email, etc..) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 72,2% | 45,3% | 58,7% | 74,3% | 89,6% | 60,1% | 77,3% |
| Algo en desacuerdo | 6,6% | 9,4% | 9,7% | 7,3% | 1,6% | 7,7% | 6,2% |
| No lo sé | 4,7% | 4,7% | 4,6% | 4,8% | 4,4% | 6,0% | 4,1% |
| Algo de acuerdo | 7,7% | 10,9% | 12,0% | 7,8% | 2,4% | 10,7% | 6,5% |
| Totalmente de acuerdo | 8,5% | 29,7% | 14,3% | 5,7% | 2,0% | 15,4% | 5,6% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 1,7 | 2,7 | 2,1 | 1,6 | 1,3 | 2,1 | 1,6 |
| Desviación | 1,3 | 1,8 | 1,6 | 1,2 | 0,8 | 1,6 | 1,2 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P11_9. Canal de comunicación/atención online (web, email, etc..) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 72,2% | 100,0% | 81,1% | 75,9% | 63,2% | 58,0% | 89,1% |
| Algo en desacuerdo | 6,6% | 0,0% | 4,5% | 5,1% | 10,3% | 9,8% | 0,0% |
| No lo sé | 4,7% | 0,0% | 2,5% | 5,1% | 6,6% | 4,9% | 1,8% |
| Algo de acuerdo | 7,7% | 0,0% | 6,5% | 7,0% | 8,8% | 11,2% | 5,5% |
| Totalmente de acuerdo | 8,5% | 0,0% | 5,5% | 6,6% | 10,7% | 16,1% | 3,6% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 1,7 | 1,0 | 1,5 | 1,6 | 1,9 | 2,2 | 1,3 |
| Desviación | 1,3 | 0,0 | 1,2 | 1,2 | 1,4 | 1,6 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P11_9. Canal de comunicación/atención online (web, email, etc..) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 72,2% | 70,6% | 68,8% | 74,2% | 82,1% | 77,3% | 76,1% | 78,0% | 89,4% | 68,0% | 75,3% | 71,7% | 66,7% | 65,1% | 50,9% |
| Algo en desacuerdo | 6,6% | 10,3% | 3,8% | 6,3% | 10,3% | 7,2% | 1,4% | 4,9% | 4,3% | 2,0% | 9,0% | 3,3% | 6,3% | 8,5% | 15,1% |
| No lo sé | 4,7% | 5,9% | 2,5% | 5,0% | 0,0% | 6,2% | 4,2% | 7,3% | 2,1% | 4,0% | 4,5% | 5,0% | 4,2% | 3,8% | 9,4% |
| Algo de acuerdo | 7,7% | 5,9% | 12,5% | 6,3% | 5,1% | 7,2% | 8,5% | 4,9% | 0,0% | 4,0% | 7,9% | 11,7% | 10,4% | 10,4% | 9,4% |
| Totalmente de acuerdo | 8,5% | 5,9% | 12,5% | 8,2% | 2,6% | 2,1% | 9,9% | 4,9% | 4,3% | 20,0% | 3,4% | 8,3% | 12,5% | 12,3% | 15,1% |
| Ns/Nc | 0,2% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 1,7 | 1,6 | 2,0 | 1,7 | 1,4 | 1,5 | 1,7 | 1,5 | 1,3 | 2,0 | 1,6 | 1,8 | 2,0 | 2,0 | 2,2 |
| Desviación | 1,3 | 1,2 | 1,5 | 1,3 | 0,9 | 1,0 | 1,4 | 1,1 | 0,9 | 1,7 | 1,1 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_1. Variedad de comercios | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 2,7% | 6,3% | 3,9% | 2,8% | 0,4% | 3,0% | 2,5% |
| Mal | 9,4% | 3,1% | 9,7% | 11,0% | 8,0% | 7,0% | 10,4% |
| Regular | 20,0% | 21,9% | 24,3% | 20,6% | 14,1% | 27,2% | 17,0% |
| Bien | 35,3% | 46,9% | 30,9% | 36,0% | 35,7% | 32,6% | 36,5% |
| Muy bien | 32,4% | 21,9% | 30,9% | 29,6% | 41,8% | 29,9% | 33,5% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,9 | 3,8 | 3,8 | 3,8 | 4,1 | 3,8 | 3,9 |
| Desviación | 1,1 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,1 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_1. Variedad de comercios | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 2,7% | 0,0% | 1,0% | 3,8% | 3,3% | 2,8% | 0,0% |
| Mal | 9,4% | 4,8% | 8,5% | 11,7% | 8,1% | 8,4% | 10,9% |
| Regular | 20,0% | 23,8% | 20,4% | 22,2% | 19,1% | 19,6% | 10,9% |
| Bien | 35,3% | 28,6% | 34,8% | 36,1% | 37,1% | 30,8% | 38,2% |
| Muy bien | 32,4% | 42,9% | 35,3% | 26,3% | 32,4% | 38,5% | 38,2% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,9 | 4,1 | 4,0 | 3,7 | 3,9 | 3,9 | 4,1 |
| Desviación | 1,1 | 0,9 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_1. Variedad de comercios | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Muy mal | 2,7% | 1,5% | 1,3% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 6,4% | 0,0% | 1,1% | 5,0% | 2,1% | 8,5% | 13,2% |
| Mal | 9,4% | 7,4% | 3,8% | 3,8% | 0,0% | 6,2% | 2,8% | 7,3% | 23,4% | 14,0% | 11,2% | 16,7% | 10,4% | 14,2% | 22,6% |
| Regular | 20,0% | 7,4% | 11,3% | 12,6% | 12,8% | 16,5% | 19,7% | 14,6% | 40,4% | 20,0% | 18,0% | 28,3% | 39,6% | 27,4% | 32,1% |
| Bien | 35,3% | 44,1% | 31,3% | 45,3% | 33,3% | 43,3% | 38,0% | 46,3% | 21,3% | 36,0% | 32,6% | 31,7% | 35,4% | 21,7% | 22,6% |
| Muy bien | 32,4% | 39,7% | 52,5% | 37,7% | 53,8% | 34,0% | 39,4% | 31,7% | 8,5% | 30,0% | 36,0% | 18,3% | 12,5% | 28,3% | 9,4% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,9 | 4,1 | 4,3 | 4,2 | 4,4 | 4,1 | 4,1 | 4,0 | 3,0 | 3,8 | 3,9 | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 2,9 |
| Desviación | 1,1 | 0,9 | 0,9 | 0,8 | 0,7 | 0,9 | 0,8 | 0,9 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | 0,9 | 1,3 | 1,2 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_2. Modernidad de los comercios | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|------------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 1,6% | 1,6% | 2,7% | 1,6% | 0,4% | 1,3% | 1,7% |
| Mal | 10,5% | 15,6% | 12,4% | 9,9% | 8,4% | 9,4% | 11,0% |
| Regular | 33,1% | 37,5% | 37,1% | 37,8% | 19,7% | 38,6% | 30,8% |
| Bien | 35,9% | 35,9% | 30,1% | 35,6% | 42,6% | 35,2% | 36,2% |
| Muy bien | 18,8% | 9,4% | 17,4% | 15,1% | 28,9% | 15,1% | 20,3% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,6 | 3,4 | 3,5 | 3,5 | 3,9 | 3,5 | 3,6 |
| Desviación | 1,0 | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_2. Modernidad de los comercios | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 1,6% | 0,0% | 1,5% | 2,5% | 1,1% | 1,4% | 0,0% |
| Mal | 10,5% | 4,8% | 10,0% | 12,0% | 9,9% | 11,9% | 5,5% |
| Regular | 33,1% | 23,8% | 35,8% | 35,1% | 34,9% | 26,6% | 23,6% |
| Bien | 35,9% | 47,6% | 34,8% | 33,5% | 36,4% | 37,8% | 41,8% |
| Muy bien | 18,8% | 23,8% | 17,9% | 16,8% | 17,6% | 22,4% | 27,3% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,6 | 3,9 | 3,6 | 3,5 | 3,6 | 3,7 | 3,9 |
| Desviación | 1,0 | 0,8 | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 1,0 | 0,9 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_2. Modernidad de los comercios | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|------------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Muy mal | 1,6% | 1,5% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 0,0% | 5,0% | 0,0% | 4,7% | 3,8% |
| Mal | 10,5% | 8,8% | 6,3% | 8,8% | 5,1% | 11,3% | 9,9% | 4,9% | 14,9% | 18,0% | 6,7% | 10,0% | 4,2% | 18,9% | 17,0% |
| Regular | 33,1% | 33,8% | 18,8% | 35,8% | 38,5% | 36,1% | 38,0% | 31,7% | 51,1% | 44,0% | 16,9% | 41,7% | 27,1% | 33,0% | 28,3% |
| Bien | 35,9% | 41,2% | 45,0% | 34,6% | 25,6% | 36,1% | 38,0% | 41,5% | 27,7% | 30,0% | 41,6% | 30,0% | 47,9% | 23,6% | 43,4% |
| Muy bien | 18,8% | 14,7% | 30,0% | 19,5% | 30,8% | 16,5% | 12,7% | 22,0% | 2,1% | 8,0% | 33,7% | 13,3% | 20,8% | 19,8% | 7,5% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,6 | 3,6 | 4,0 | 3,6 | 3,8 | 3,6 | 3,5 | 3,8 | 3,1 | 3,3 | 4,0 | 3,4 | 3,9 | 3,3 | 3,3 |
| Desviación | 1,0 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 0,8 | 1,1 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_3. Trato de los comerciantes | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|----------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 0,3% | 0,1% |
| Mal | 2,3% | 3,1% | 1,9% | 2,8% | 1,6% | 1,3% | 2,7% |
| Regular | 9,8% | 10,9% | 12,0% | 9,2% | 8,4% | 12,4% | 8,7% |
| Bien | 53,0% | 62,5% | 51,4% | 57,6% | 44,2% | 56,7% | 51,4% |
| Muy bien | 34,3% | 21,9% | 34,0% | 30,0% | 45,4% | 28,9% | 36,6% |
| Ns/Nc | 0,4% | 1,6% | 0,4% | 0,2% | 0,4% | 0,3% | 0,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,0 | 4,2 | 4,1 | 4,3 | 4,1 | 4,2 |
| Desviación | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_3. Trato de los comerciantes | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 0,2% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mal | 2,3% | 4,8% | 2,0% | 1,9% | 2,2% | 3,5% | 1,8% |
| Regular | 9,8% | 9,5% | 7,5% | 8,2% | 10,7% | 12,6% | 16,4% |
| Bien | 53,0% | 47,6% | 54,2% | 56,3% | 55,9% | 44,1% | 40,0% |
| Muy bien | 34,3% | 38,1% | 35,3% | 33,2% | 31,3% | 39,2% | 38,2% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 3,6% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| Desviación | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_3. Trato de los comerciantes | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|----------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Muy mal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 1,9% |
| Mal | 2,3% | 1,5% | 1,3% | 1,3% | 2,6% | 0,0% | 1,4% | 2,4% | 4,3% | 2,0% | 2,2% | 3,3% | 6,3% | 3,8% | 3,8% |
| Regular | 9,8% | 14,7% | 13,8% | 8,2% | 12,8% | 12,4% | 7,0% | 2,4% | 14,9% | 10,0% | 12,4% | 8,3% | 8,3% | 7,5% | 3,8% |
| Bien | 53,0% | 41,2% | 48,8% | 61,0% | 35,9% | 54,6% | 50,7% | 70,7% | 59,6% | 48,0% | 52,8% | 51,7% | 58,3% | 41,5% | 67,9% |
| Muy bien | 34,3% | 42,6% | 36,3% | 29,6% | 46,2% | 33,0% | 40,8% | 24,4% | 21,3% | 40,0% | 30,3% | 35,0% | 27,1% | 46,2% | 22,6% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,0 | 4,3 | 4,1 | 4,2 | 4,1 | 4,3 | 4,1 |
| Desviación | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 0,8 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_4. Adecuación de los horarios | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|-----------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 0,3% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,4% | 0,0% | 0,4% |
| Mal | 1,8% | 0,0% | 1,5% | 2,1% | 2,0% | 2,3% | 1,5% |
| Regular | 7,4% | 7,8% | 11,2% | 8,0% | 2,4% | 9,1% | 6,8% |
| Bien | 55,8% | 54,7% | 54,8% | 56,0% | 56,6% | 62,1% | 53,1% |
| Muy bien | 34,5% | 37,5% | 31,3% | 33,7% | 38,6% | 26,2% | 38,0% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,2 | 4,3 | 4,1 | 4,3 |
| Desviación | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_4. Adecuación de los horarios | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Mal | 1,8% | 4,8% | 0,0% | 0,6% | 3,7% | 2,8% | 1,8% |
| Regular | 7,4% | 0,0% | 6,5% | 3,8% | 9,6% | 13,3% | 9,1% |
| Bien | 55,8% | 61,9% | 54,2% | 63,3% | 54,4% | 46,2% | 47,3% |
| Muy bien | 34,5% | 33,3% | 39,3% | 31,3% | 32,0% | 37,8% | 40,0% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,1 | 4,2 | 4,3 |
| Desviación | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,8 | 0,8 | 0,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_4. Adecuación de los horarios | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|-----------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Muy mal | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mal | 1,8% | 2,9% | 6,3% | 0,6% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 6,3% | 1,9% | 0,0% |
| Regular | 7,4% | 10,3% | 11,3% | 6,3% | 5,1% | 8,2% | 2,8% | 2,4% | 14,9% | 6,0% | 9,0% | 11,7% | 6,3% | 4,7% | 5,7% |
| Bien | 55,8% | 54,4% | 46,3% | 61,6% | 51,3% | 51,5% | 64,8% | 63,4% | 53,2% | 56,0% | 44,9% | 51,7% | 64,6% | 52,8% | 69,8% |
| Muy bien | 34,5% | 32,4% | 36,3% | 30,8% | 43,6% | 38,1% | 32,4% | 34,1% | 29,8% | 38,0% | 41,6% | 33,3% | 22,9% | 40,6% | 24,5% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,2 | 4,1 | 4,2 | 4,4 | 4,3 | 4,3 | 4,3 | 4,2 | 4,3 | 4,3 | 4,1 | 4,0 | 4,3 | 4,2 |
| Desviación | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,5 | 0,5 | 0,7 | 0,6 | 0,8 | 0,9 | 0,7 | 0,7 | 0,5 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_5. Calidad de los productos | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,1% |
| Mal | 1,0% | 0,0% | 0,4% | 0,7% | 2,4% | 0,3% | 1,3% |
| Regular | 9,0% | 10,9% | 11,2% | 8,0% | 8,0% | 9,1% | 9,0% |
| Bien | 57,0% | 59,4% | 61,8% | 60,6% | 45,4% | 66,8% | 53,0% |
| Muy bien | 32,7% | 29,7% | 26,3% | 30,5% | 44,2% | 23,5% | 36,6% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,2 | 4,1 | 4,2 | 4,3 | 4,1 | 4,2 |
| Desviación | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_5. Calidad de los productos | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mal | 1,0% | 4,8% | 1,0% | 1,3% | 0,7% | 0,0% | 1,8% |
| Regular | 9,0% | 4,8% | 7,0% | 8,5% | 10,3% | 9,1% | 14,5% |
| Bien | 57,0% | 47,6% | 55,2% | 58,9% | 59,2% | 58,0% | 43,6% |
| Muy bien | 32,7% | 42,9% | 36,8% | 31,0% | 29,8% | 32,9% | 38,2% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,3 | 4,3 | 4,2 | 4,2 | 4,2 | 4,2 |
| Desviación | 0,6 | 0,8 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_5. Calidad de los productos | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Muy mal | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| Mal | 1,0% | 2,9% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 1,0% | 2,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| Regular | 9,0% | 8,8% | 7,5% | 13,8% | 5,1% | 5,2% | 4,2% | 7,3% | 12,8% | 14,0% | 5,6% | 11,7% | 4,2% | 14,2% | 3,8% |
| Bien | 57,0% | 54,4% | 53,8% | 56,0% | 33,3% | 64,9% | 56,3% | 63,4% | 66,0% | 54,0% | 55,1% | 53,3% | 77,1% | 43,4% | 79,2% |
| Muy bien | 32,7% | 33,8% | 38,8% | 28,9% | 61,5% | 28,9% | 36,6% | 29,3% | 21,3% | 32,0% | 37,1% | 35,0% | 18,8% | 39,6% | 17,0% |
| Ns/Nc | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,2 | 4,2 | 4,3 | 4,1 | 4,6 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,1 | 4,2 | 4,3 | 4,2 | 4,1 | 4,2 | 4,1 |
| Desviación | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,6 | 0,6 | 0,5 | 0,8 | 0,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_6. Atractivo de los escaparates | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|-------------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 1,4% | 0,0% | 1,2% | 1,6% | 1,6% | 1,7% | 1,3% |
| Mal | 6,3% | 14,1% | 5,8% | 5,3% | 6,8% | 5,0% | 6,9% |
| Regular | 33,0% | 31,3% | 36,7% | 37,6% | 21,7% | 42,3% | 29,2% |
| Bien | 38,3% | 35,9% | 39,8% | 36,5% | 40,6% | 34,2% | 40,0% |
| Muy bien | 20,2% | 15,6% | 15,8% | 18,3% | 29,3% | 15,1% | 22,4% |
| Ns/Nc | 0,7% | 3,1% | 0,8% | 0,7% | 0,0% | 1,7% | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,5 | 3,6 | 3,7 | 3,9 | 3,6 | 3,8 |
| Desviación | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 0,9 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_6. Atractivo de los escaparates | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 1,4% | 0,0% | 1,5% | 1,9% | 1,1% | 1,4% | 0,0% |
| Mal | 6,3% | 9,5% | 6,5% | 5,7% | 5,9% | 7,7% | 7,3% |
| Regular | 33,0% | 19,0% | 29,4% | 37,3% | 35,3% | 30,8% | 21,8% |
| Bien | 38,3% | 38,1% | 41,8% | 37,3% | 37,9% | 35,0% | 41,8% |
| Muy bien | 20,2% | 28,6% | 19,9% | 17,7% | 19,1% | 25,2% | 25,5% |
| Ns/Nc | 0,7% | 4,8% | 1,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 3,6% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,9 | 3,7 | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 3,9 |
| Desviación | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 0,9 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_6. Atractivo de los escaparates | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|-------------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Muy mal | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 1,0% | 2,8% | 2,4% | 0,0% | 2,0% | 2,2% | 1,7% | 0,0% | 2,8% | 1,9% |
| Mal | 6,3% | 5,9% | 6,3% | 6,3% | 5,1% | 8,2% | 2,8% | 0,0% | 10,6% | 8,0% | 5,6% | 1,7% | 2,1% | 9,4% | 13,2% |
| Regular | 33,0% | 25,0% | 18,8% | 35,2% | 23,1% | 36,1% | 23,9% | 26,8% | 48,9% | 44,0% | 29,2% | 40,0% | 31,3% | 39,6% | 39,6% |
| Bien | 38,3% | 48,5% | 46,3% | 35,8% | 35,9% | 35,1% | 56,3% | 56,1% | 29,8% | 38,0% | 33,7% | 35,0% | 45,8% | 24,5% | 30,2% |
| Muy bien | 20,2% | 20,6% | 28,8% | 20,8% | 35,9% | 19,6% | 14,1% | 14,6% | 6,4% | 8,0% | 27,0% | 21,7% | 20,8% | 22,6% | 13,2% |
| Ns/Nc | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 1,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,8 | 4,0 | 3,7 | 4,0 | 3,6 | 3,8 | 3,8 | 3,3 | 3,4 | 3,8 | 3,7 | 3,9 | 3,6 | 3,4 |
| Desviación | 0,9 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 1,0 | 0,9 | 0,8 | 1,0 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_7. Asesoramiento del vendedor | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|-----------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,2% | 0,4% | 0,3% | 0,1% |
| Mal | 2,9% | 0,0% | 2,3% | 2,8% | 4,4% | 2,3% | 3,1% |
| Regular | 15,7% | 18,8% | 17,0% | 17,0% | 11,2% | 18,8% | 14,4% |
| Bien | 51,3% | 57,8% | 56,0% | 53,2% | 41,4% | 55,4% | 49,6% |
| Muy bien | 29,3% | 21,9% | 23,9% | 26,4% | 41,8% | 22,5% | 32,1% |
| Ns/Nc | 0,7% | 1,6% | 0,8% | 0,5% | 0,8% | 0,7% | 0,7% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,1 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,2 | 4,0 | 4,1 |
| Desviación | 0,8 | 0,6 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,7 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_7. Asesoramiento del vendedor | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Mal | 2,9% | 9,5% | 3,0% | 3,2% | 2,6% | 2,8% | 0,0% |
| Regular | 15,7% | 19,0% | 15,4% | 12,7% | 17,6% | 17,5% | 18,2% |
| Bien | 51,3% | 42,9% | 53,2% | 56,3% | 48,9% | 47,6% | 40,0% |
| Muy bien | 29,3% | 28,6% | 27,9% | 26,9% | 29,8% | 32,2% | 38,2% |
| Ns/Nc | 0,7% | 0,0% | 0,5% | 0,6% | 0,7% | 0,0% | 3,6% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,1 | 3,9 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,2 |
| Desviación | 0,8 | 0,9 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_7. Asesoramiento del vendedor | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía- Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|-----------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|---------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-------------------|
| Muy mal | 0,2% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mal | 2,9% | 4,4% | 5,0% | 2,5% | 0,0% | 2,1% | 2,8% | 0,0% | 8,5% | 4,0% | 1,1% | 0,0% | 2,1% | 2,8% | 5,7% |
| Regular | 15,7% | 13,2% | 13,8% | 18,2% | 10,3% | 18,6% | 7,0% | 19,5% | 27,7% | 10,0% | 16,9% | 15,0% | 16,7% | 15,1% | 15,1% |
| Bien | 51,3% | 50,0% | 46,3% | 50,9% | 41,0% | 56,7% | 53,5% | 61,0% | 48,9% | 58,0% | 47,2% | 56,7% | 56,3% | 41,5% | 60,4% |
| Muy bien | 29,3% | 32,4% | 33,8% | 27,0% | 48,7% | 21,6% | 36,6% | 19,5% | 12,8% | 28,0% | 32,6% | 28,3% | 20,8% | 40,6% | 18,9% |
| Ns/Nc | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 4,2% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,0 | 4,4 | 4,0 | 4,2 | 4,0 | 3,7 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,0 | 4,2 | 3,9 |
| Desviación | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,7 | 0,6 | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 0,8 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_8. Nivel de precios | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|-------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 1,1% | 1,6% | 1,2% | 1,4% | 0,4% | 0,3% | 1,4% |
| Mal | 6,6% | 7,8% | 5,8% | 6,2% | 8,0% | 4,4% | 7,6% |
| Regular | 28,8% | 31,3% | 30,5% | 30,3% | 23,7% | 31,5% | 27,6% |
| Bien | 49,5% | 46,9% | 51,7% | 49,3% | 48,2% | 52,3% | 48,3% |
| Muy bien | 13,7% | 10,9% | 10,4% | 12,6% | 19,7% | 10,7% | 14,9% |
| Ns/Nc | 0,3% | 1,6% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 0,7% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 3,8 | 3,693 | 3,678 |
| Desviación | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 0,734 | 0,869 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_8. Nivel de precios | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 1,1% | 0,0% | 1,0% | 0,3% | 2,2% | 0,7% | 1,8% |
| Mal | 6,6% | 19,0% | 5,5% | 6,6% | 7,4% | 6,3% | 3,6% |
| Regular | 28,8% | 23,8% | 28,9% | 28,8% | 27,6% | 34,3% | 21,8% |
| Bien | 49,5% | 33,3% | 51,2% | 50,6% | 48,2% | 46,2% | 58,2% |
| Muy bien | 13,7% | 23,8% | 12,9% | 13,3% | 14,7% | 12,6% | 12,7% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,8 |
| Desviación | 0,8 | 1,1 | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_8. Nivel de precios | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|-------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Muy mal | 1,1% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 2,4% | 0,0% | 2,0% | 1,1% | 1,7% | 4,2% | 0,9% | 3,8% |
| Mal | 6,6% | 8,8% | 11,3% | 1,3% | 2,6% | 5,2% | 7,0% | 2,4% | 6,4% | 6,0% | 9,0% | 8,3% | 10,4% | 5,7% | 15,1% |
| Regular | 28,8% | 26,5% | 31,3% | 28,3% | 38,5% | 28,9% | 26,8% | 17,1% | 38,3% | 22,0% | 28,1% | 30,0% | 20,8% | 30,2% | 35,8% |
| Bien | 49,5% | 50,0% | 41,3% | 57,2% | 41,0% | 49,5% | 53,5% | 65,9% | 44,7% | 58,0% | 44,9% | 45,0% | 54,2% | 46,2% | 37,7% |
| Muy bien | 13,7% | 14,7% | 13,8% | 13,2% | 17,9% | 16,5% | 9,9% | 12,2% | 10,6% | 12,0% | 15,7% | 15,0% | 10,4% | 17,0% | 7,5% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,8 | 3,7 | 3,8 | 3,6 | 3,8 | 3,6 | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,7 | 3,3 |
| Desviación | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 0,7 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 1,0 | 0,8 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.12. A continuación, valore los siguientes aspectos del equipamiento comercial de SU ZONA DE RESIDENCIA empleando una escala de 1 a 5 siendo 1 muy mal y 5 muy bien:

| P12_9. Servicios (pagos con tarjeta, devolución de dinero, etc..) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Muy mal | 1,1% | 0,0% | 1,5% | 0,7% | 1,6% | 0,3% | 1,4% |
| Mal | 3,3% | 3,1% | 2,3% | 2,8% | 5,2% | 2,0% | 3,8% |
| Regular | 9,5% | 12,5% | 9,7% | 9,2% | 9,2% | 9,1% | 9,7% |
| Bien | 59,9% | 57,8% | 62,2% | 62,4% | 53,8% | 65,8% | 57,5% |
| Muy bien | 25,8% | 25,0% | 23,9% | 24,8% | 29,7% | 22,1% | 27,3% |
| Ns/Nc | 0,4% | 1,6% | 0,4% | 0,2% | 0,4% | 0,7% | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| Desviación | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P12_9. Servicios (pagos con tarjeta, devolución de dinero, etc..) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Muy mal | 1,1% | 0,0% | 1,0% | 0,9% | 1,5% | 1,4% | 0,0% |
| Mal | 3,3% | 4,8% | 4,5% | 2,8% | 4,4% | 0,0% | 3,6% |
| Regular | 9,5% | 9,5% | 9,0% | 11,7% | 7,7% | 7,7% | 12,7% |
| Bien | 59,9% | 66,7% | 61,2% | 61,7% | 58,8% | 58,7% | 50,9% |
| Muy bien | 25,8% | 19,0% | 23,4% | 22,5% | 27,6% | 32,2% | 30,9% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 1,0% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 4,1 | 4,0 | 4,0 | 4,0 | 4,1 | 4,2 | 4,1 |
| Desviación | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P12_9. Servicios (pagos con tarjeta, devolución de dinero, etc..) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Muy mal | 1,1% | 0,0% | 1,3% | 0,6% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 4,9% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 6,7% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| Mal | 3,3% | 4,4% | 3,8% | 1,3% | 7,7% | 0,0% | 4,2% | 4,9% | 4,3% | 8,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 5,7% | 5,7% |
| Regular | 9,5% | 4,4% | 8,8% | 11,9% | 15,4% | 4,1% | 8,5% | 12,2% | 10,6% | 12,0% | 9,0% | 5,0% | 12,5% | 12,3% | 9,4% |
| Bien | 59,9% | 60,3% | 53,8% | 63,5% | 43,6% | 61,9% | 67,6% | 68,3% | 74,5% | 62,0% | 49,4% | 55,0% | 70,8% | 52,8% | 62,3% |
| Muy bien | 25,8% | 30,9% | 32,5% | 22,6% | 33,3% | 32,0% | 19,7% | 9,8% | 10,6% | 18,0% | 37,1% | 31,7% | 16,7% | 27,4% | 22,6% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 1,7% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 4,1 | 4,2 | 4,1 | 4,1 | 4,0 | 4,3 | 4,0 | 3,7 | 3,9 | 3,9 | 4,2 | 4,1 | 4,0 | 4,0 | 4,0 |
| Desviación | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,7 | 0,9 | 0,6 | 0,8 | 0,8 | 1,0 | 0,5 | 0,8 | 0,7 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciona a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

| P13_1. Se realizarán más actividades de promoción conjunta (cupones, descuentos, etc..) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 9,3% | 1,6% | 7,7% | 10,6% | 10,8% | 11,1% | 8,6% |
| Algo en desacuerdo | 13,2% | 3,1% | 8,9% | 13,3% | 20,1% | 15,4% | 12,3% |
| No lo sé | 12,3% | 10,9% | 8,1% | 13,8% | 14,5% | 12,4% | 12,3% |
| Algo de acuerdo | 35,7% | 45,3% | 41,3% | 34,9% | 28,9% | 35,2% | 35,9% |
| Totalmente de acuerdo | 29,0% | 39,1% | 33,6% | 27,1% | 24,9% | 25,5% | 30,4% |
| Ns/Nc | 0,5% | 0,0% | 0,4% | 0,5% | 0,8% | 0,3% | 0,6% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,6 | 4,2 | 3,8 | 3,5 | 3,4 | 3,5 | 3,7 |
| Desviación | 1,3 | 0,9 | 1,2 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P13_1. Se realizarán más actividades de promoción conjunta (cupones, descuentos, etc..) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 9,3% | 9,5% | 8,5% | 5,7% | 7,7% | 19,6% | 14,5% |
| Algo en desacuerdo | 13,2% | 23,8% | 14,4% | 13,6% | 11,8% | 14,0% | 7,3% |
| No lo sé | 12,3% | 9,5% | 10,9% | 11,1% | 13,6% | 14,0% | 14,5% |
| Algo de acuerdo | 35,7% | 28,6% | 35,8% | 38,0% | 37,5% | 26,6% | 40,0% |
| Totalmente de acuerdo | 29,0% | 28,6% | 29,9% | 31,3% | 29,0% | 25,2% | 21,8% |
| Ns/Nc | 0,5% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,4% | 0,7% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,6 | 3,4 | 3,6 | 3,8 | 3,7 | 3,2 | 3,5 |
| Desviación | 1,3 | 1,4 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,5 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P13_1. Se realizarán más actividades de promoción conjunta (cupones, descuentos, etc..) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia Romared | 12. Arrabal | 13. Cas.-Vald. | 14. Otros barrios | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|-----------------------|---------------|----------------|-------------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 9,3% | 5,9% | 16,3% | 15,1% | 10,3% | 4,1% | 8,5% | 7,3% | 6,4% | 6,0% | 11,2% | 6,7% | 6,3% | 7,5% | 9,4% |
| Algo en desacuerdo | 13,2% | 26,5% | 6,3% | 12,6% | 15,4% | 14,4% | 9,9% | 4,9% | 8,5% | 18,0% | 10,1% | 15,0% | 18,8% | 9,4% | 20,8% |
| No lo sé | 12,3% | 5,9% | 17,5% | 14,5% | 10,3% | 15,5% | 11,3% | 17,1% | 12,8% | 8,0% | 12,4% | 13,3% | 16,7% | 8,5% | 5,7% |
| Algo de acuerdo | 35,7% | 42,6% | 30,0% | 40,3% | 28,2% | 35,1% | 38,0% | 41,5% | 44,7% | 34,0% | 24,7% | 33,3% | 37,5% | 34,0% | 37,7% |
| Totalmente de acuerdo | 29,0% | 19,1% | 28,8% | 17,6% | 33,3% | 30,9% | 32,4% | 29,3% | 25,5% | 34,0% | 40,4% | 31,7% | 20,8% | 39,6% | 26,4% |
| Ns/Nc | 0,5% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,6 | 3,4 | 3,5 | 3,3 | 3,6 | 3,7 | 3,8 | 3,8 | 3,8 | 3,7 | 3,7 | 3,7 | 3,5 | 3,9 | 3,5 |
| Desviación | 1,3 | 1,2 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,2 | 1,2 | 1,1 | 1,1 | 1,3 | 1,4 | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciona a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

| P13_2. Se mejorara la señalización comercial | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 13,4% | 14,1% | 11,2% | 14,4% | 13,7% | 14,1% | 13,1% |
| Algo en desacuerdo | 18,5% | 12,5% | 15,8% | 21,8% | 16,9% | 24,5% | 15,9% |
| No lo sé | 17,7% | 14,1% | 13,1% | 17,0% | 24,5% | 16,1% | 18,3% |
| Algo de acuerdo | 30,3% | 32,8% | 36,7% | 28,0% | 26,9% | 28,5% | 31,0% |
| Totalmente de acuerdo | 19,2% | 26,6% | 22,0% | 18,1% | 16,5% | 15,8% | 20,7% |
| Ns/Nc | 1,0% | 0,0% | 1,2% | 0,7% | 1,6% | 1,0% | 1,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,5 | 3,4 | 3,1 | 3,2 | 3,1 | 3,3 |
| Desviación | 1,3 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P13_2. Se mejorara la señalización comercial | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 13,4% | 4,8% | 14,9% | 9,8% | 11,4% | 25,2% | 10,9% |
| Algo en desacuerdo | 18,5% | 23,8% | 19,9% | 17,1% | 21,7% | 15,4% | 10,9% |
| No lo sé | 17,7% | 33,3% | 21,4% | 18,4% | 15,1% | 14,0% | 16,4% |
| Algo de acuerdo | 30,3% | 19,0% | 22,9% | 35,1% | 32,7% | 23,8% | 38,2% |
| Totalmente de acuerdo | 19,2% | 14,3% | 20,4% | 19,0% | 18,8% | 18,9% | 21,8% |
| Ns/Nc | 1,0% | 4,8% | 0,5% | 0,6% | 0,4% | 2,8% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,4 | 3,3 | 3,0 | 3,5 |
| Desviación | 1,3 | 1,1 | 1,4 | 1,2 | 1,3 | 1,5 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P13_2. Se mejorara la señalización comercial | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 13,4% | 11,8% | 21,3% | 13,8% | 25,6% | 9,3% | 15,5% | 17,1% | 8,5% | 12,0% | 11,2% | 10,0% | 8,3% | 11,3% | 17,0% |
| Algo en desacuerdo | 18,5% | 29,4% | 18,8% | 16,4% | 17,9% | 24,7% | 12,7% | 14,6% | 8,5% | 18,0% | 21,3% | 11,7% | 27,1% | 16,0% | 18,9% |
| No lo sé | 17,7% | 5,9% | 18,8% | 16,4% | 15,4% | 19,6% | 25,4% | 24,4% | 23,4% | 14,0% | 16,9% | 18,3% | 16,7% | 20,8% | 11,3% |
| Algo de acuerdo | 30,3% | 38,2% | 25,0% | 36,5% | 20,5% | 25,8% | 29,6% | 29,3% | 36,2% | 26,0% | 20,2% | 33,3% | 37,5% | 31,1% | 30,2% |
| Totalmente de acuerdo | 19,2% | 14,7% | 16,3% | 16,4% | 17,9% | 19,6% | 15,5% | 14,6% | 23,4% | 30,0% | 27,0% | 25,0% | 8,3% | 20,8% | 20,8% |
| Ns/Nc | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 2,6% | 1,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,4% | 1,7% | 2,1% | 0,0% | 1,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,2 | 3,1 | 3,0 | 3,3 | 2,9 | 3,2 | 3,2 | 3,1 | 3,6 | 3,4 | 3,3 | 3,5 | 3,1 | 3,3 | 3,2 |
| Desviación | 1,3 | 1,3 | 1,4 | 1,3 | 1,5 | 1,3 | 1,3 | 1,3 | 1,2 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,2 | 1,3 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciona a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

| P13_3. Hubieran más calles y espacios comerciales | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 18,9% | 10,9% | 15,4% | 21,1% | 20,9% | 16,4% | 20,0% |
| Algo en desacuerdo | 22,6% | 25,0% | 17,4% | 22,9% | 26,9% | 21,8% | 23,0% |
| No lo sé | 10,7% | 9,4% | 8,1% | 11,0% | 13,3% | 10,7% | 10,7% |
| Algo de acuerdo | 27,9% | 31,3% | 35,1% | 26,4% | 22,1% | 31,5% | 26,3% |
| Totalmente de acuerdo | 19,6% | 23,4% | 23,6% | 18,6% | 16,5% | 19,1% | 19,9% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,3% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,1 | 3,3 | 3,3 | 3,0 | 2,9 | 3,2 | 3,0 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P13_3. Hubieran más calles y espacios comerciales | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 18,9% | 9,5% | 14,4% | 18,7% | 18,4% | 29,4% | 16,4% |
| Algo en desacuerdo | 22,6% | 23,8% | 27,9% | 20,6% | 19,9% | 24,5% | 23,6% |
| No lo sé | 10,7% | 14,3% | 12,9% | 11,4% | 8,8% | 7,0% | 16,4% |
| Algo de acuerdo | 27,9% | 23,8% | 24,4% | 28,2% | 34,9% | 18,2% | 30,9% |
| Totalmente de acuerdo | 19,6% | 28,6% | 20,4% | 21,2% | 18,0% | 20,3% | 10,9% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,1 | 3,4 | 3,1 | 3,1 | 3,1 | 2,8 | 3,0 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P13_3. Hubieran más calles y espacios comerciales | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 18,9% | 20,6% | 25,0% | 23,9% | 20,5% | 19,6% | 19,7% | 29,3% | 8,5% | 8,0% | 24,7% | 13,3% | 10,4% | 14,2% | 15,1% |
| Algo en desacuerdo | 22,6% | 33,8% | 23,8% | 25,2% | 25,6% | 23,7% | 16,9% | 34,1% | 10,6% | 30,0% | 16,9% | 23,3% | 29,2% | 17,0% | 11,3% |
| No lo sé | 10,7% | 2,9% | 11,3% | 7,5% | 12,8% | 10,3% | 12,7% | 2,4% | 14,9% | 16,0% | 14,6% | 13,3% | 10,4% | 15,1% | 5,7% |
| Algo de acuerdo | 27,9% | 26,5% | 27,5% | 30,2% | 23,1% | 30,9% | 28,2% | 19,5% | 42,6% | 20,0% | 18,0% | 28,3% | 33,3% | 22,6% | 43,4% |
| Totalmente de acuerdo | 19,6% | 16,2% | 12,5% | 13,2% | 15,4% | 15,5% | 22,5% | 14,6% | 23,4% | 26,0% | 24,7% | 21,7% | 16,7% | 31,1% | 24,5% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,1 | 2,8 | 2,8 | 2,8 | 2,9 | 3,0 | 3,2 | 2,6 | 3,6 | 3,3 | 3,0 | 3,2 | 3,2 | 3,4 | 3,5 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,2 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciona a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

| P13_4. Hubiera más disponibilidad de aparcamiento | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 13,6% | 6,3% | 15,1% | 15,6% | 10,4% | 13,1% | 13,8% |
| Algo en desacuerdo | 21,5% | 15,6% | 21,2% | 22,0% | 22,5% | 20,5% | 22,0% |
| No lo sé | 8,5% | 7,8% | 3,9% | 7,8% | 14,9% | 6,0% | 9,6% |
| Algo de acuerdo | 26,0% | 25,0% | 29,0% | 23,6% | 27,3% | 28,9% | 24,8% |
| Totalmente de acuerdo | 30,2% | 45,3% | 30,5% | 31,0% | 24,5% | 31,2% | 29,7% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,3% | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,1% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,4 | 3,9 | 3,4 | 3,3 | 3,3 | 3,4 | 3,3 |
| Desviación | 1,4 | 1,3 | 1,5 | 1,5 | 1,3 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P13_4. Hubiera más disponibilidad de aparcamiento | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 13,6% | 9,5% | 11,9% | 12,3% | 13,6% | 21,0% | 9,1% |
| Algo en desacuerdo | 21,5% | 28,6% | 21,4% | 20,9% | 22,4% | 21,7% | 18,2% |
| No lo sé | 8,5% | 9,5% | 12,4% | 6,3% | 6,6% | 10,5% | 10,9% |
| Algo de acuerdo | 26,0% | 23,8% | 26,9% | 29,1% | 23,5% | 16,1% | 43,6% |
| Totalmente de acuerdo | 30,2% | 28,6% | 27,4% | 31,3% | 33,8% | 30,1% | 16,4% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,5 | 3,4 | 3,1 | 3,4 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,6 | 1,2 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P13_4. Hubiera más disponibilidad de aparcamiento | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía- Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|---------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 13,6% | 8,8% | 10,0% | 8,2% | 5,1% | 15,5% | 8,5% | 17,1% | 25,5% | 20,0% | 16,9% | 15,0% | 12,5% | 12,3% | 28,3% |
| Algo en desacuerdo | 21,5% | 20,6% | 12,5% | 18,9% | 30,8% | 18,6% | 18,3% | 17,1% | 27,7% | 14,0% | 23,6% | 28,3% | 37,5% | 20,8% | 28,3% |
| No lo sé | 8,5% | 7,4% | 16,3% | 10,7% | 7,7% | 9,3% | 4,2% | 17,1% | 2,1% | 8,0% | 6,7% | 5,0% | 6,3% | 10,4% | 1,9% |
| Algo de acuerdo | 26,0% | 30,9% | 20,0% | 34,0% | 25,6% | 25,8% | 31,0% | 24,4% | 27,7% | 30,0% | 20,2% | 20,0% | 31,3% | 20,8% | 17,0% |
| Totalmente de acuerdo | 30,2% | 32,4% | 41,3% | 28,3% | 28,2% | 30,9% | 38,0% | 24,4% | 17,0% | 28,0% | 31,5% | 31,7% | 12,5% | 35,8% | 24,5% |
| Ns/Nc | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,4 | 3,6 | 3,7 | 3,6 | 3,4 | 3,4 | 3,7 | 3,2 | 2,8 | 3,3 | 3,3 | 3,3 | 2,9 | 3,5 | 2,8 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,3 | 1,5 | 1,6 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciona a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

| P13_5. Se adaptara o ampliara el horario comercial | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 28,9% | 28,1% | 30,1% | 31,4% | 23,3% | 27,9% | 29,3% |
| Algo en desacuerdo | 31,6% | 25,0% | 28,6% | 34,6% | 31,3% | 33,2% | 31,0% |
| No lo sé | 7,0% | 10,9% | 5,4% | 6,0% | 9,6% | 6,4% | 7,3% |
| Algo de acuerdo | 20,8% | 17,2% | 24,3% | 17,7% | 23,7% | 21,5% | 20,6% |
| Totalmente de acuerdo | 11,2% | 18,8% | 11,2% | 10,1% | 11,2% | 10,7% | 11,4% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,8% | 0,3% | 0,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,5 | 2,7 | 2,6 | 2,4 | 2,7 | 2,5 | 2,5 |
| Desviación | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P13_5. Se adaptara o ampliara el horario comercial | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 28,9% | 9,5% | 26,4% | 32,9% | 28,7% | 30,8% | 18,2% |
| Algo en desacuerdo | 31,6% | 42,9% | 35,8% | 31,6% | 29,0% | 29,4% | 30,9% |
| No lo sé | 7,0% | 14,3% | 6,5% | 6,6% | 7,7% | 4,9% | 10,9% |
| Algo de acuerdo | 20,8% | 19,0% | 18,9% | 19,9% | 22,1% | 19,6% | 30,9% |
| Totalmente de acuerdo | 11,2% | 14,3% | 11,4% | 8,9% | 12,5% | 14,7% | 7,3% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 2,5 | 2,9 | 2,5 | 2,4 | 2,6 | 2,6 | 2,8 |
| Desviación | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P13_5. Se adaptara o ampliara el horario comercial | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía- Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver- Vald. | 9. Torrero- Pto. V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|---------------------------|---------------|----------------|---------------|------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 28,9% | 26,5% | 21,3% | 28,9% | 28,2% | 30,9% | 26,8% | 26,8% | 31,9% | 30,0% | 33,7% | 25,0% | 22,9% | 30,2% | 39,6% |
| Algo en desacuerdo | 31,6% | 39,7% | 23,8% | 33,3% | 28,2% | 40,2% | 28,2% | 29,3% | 31,9% | 32,0% | 27,0% | 36,7% | 31,3% | 26,4% | 34,0% |
| No lo sé | 7,0% | 7,4% | 7,5% | 4,4% | 7,7% | 6,2% | 11,3% | 9,8% | 2,1% | 10,0% | 7,9% | 10,0% | 8,3% | 8,5% | 0,0% |
| Algo de acuerdo | 20,8% | 14,7% | 27,5% | 24,5% | 12,8% | 13,4% | 16,9% | 29,3% | 34,0% | 16,0% | 19,1% | 16,7% | 25,0% | 21,7% | 20,8% |
| Totalmente de acuerdo | 11,2% | 11,8% | 20,0% | 8,8% | 17,9% | 9,3% | 16,9% | 4,9% | 0,0% | 10,0% | 11,2% | 11,7% | 12,5% | 13,2% | 5,7% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 5,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,5 | 2,5 | 3,0 | 2,5 | 2,6 | 2,3 | 2,7 | 2,6 | 2,4 | 2,4 | 2,5 | 2,5 | 2,7 | 2,6 | 2,2 |
| Desviación | 1,4 | 1,3 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,3 | 1,5 | 1,3 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciona a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

| P13_6. Se realizarán actividades de animación y eventos en calle (payasos, etc..) | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 21,2% | 12,5% | 22,0% | 24,5% | 16,9% | 25,8% | 19,3% |
| Algo en desacuerdo | 23,4% | 17,2% | 18,5% | 25,0% | 27,3% | 24,2% | 23,1% |
| No lo sé | 13,6% | 14,1% | 7,7% | 13,1% | 20,5% | 10,4% | 14,9% |
| Algo de acuerdo | 25,0% | 35,9% | 31,3% | 22,5% | 20,1% | 26,2% | 24,5% |
| Totalmente de acuerdo | 16,5% | 20,3% | 20,1% | 14,7% | 14,9% | 13,1% | 17,9% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 0,4% | 0,3% | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,9 | 3,3 | 3,1 | 2,8 | 2,9 | 2,8 | 3,0 |
| Desviación | 1,4 | 1,3 | 1,5 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P13_6. Se realizarán actividades de animación y eventos en calle (payasos, etc..) | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 21,2% | 14,3% | 20,9% | 17,4% | 21,0% | 30,8% | 23,6% |
| Algo en desacuerdo | 23,4% | 38,1% | 24,4% | 19,9% | 28,7% | 19,6% | 18,2% |
| No lo sé | 13,6% | 14,3% | 13,4% | 16,8% | 9,2% | 11,2% | 23,6% |
| Algo de acuerdo | 25,0% | 23,8% | 24,4% | 28,5% | 23,5% | 21,0% | 25,5% |
| Totalmente de acuerdo | 16,5% | 9,5% | 16,4% | 17,4% | 17,6% | 16,8% | 7,3% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 2,9 | 2,8 | 2,9 | 3,1 | 2,9 | 2,7 | 2,7 |
| Desviación | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P13_6. Se realizarán actividades de animación y eventos en calle (payasos, etc..) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 21,2% | 26,5% | 30,0% | 18,9% | 20,5% | 19,6% | 9,9% | 14,6% | 23,4% | 20,0% | 20,2% | 26,7% | 20,8% | 19,8% | 30,2% |
| Algo en desacuerdo | 23,4% | 27,9% | 20,0% | 23,3% | 12,8% | 32,0% | 25,4% | 19,5% | 19,1% | 24,0% | 24,7% | 25,0% | 31,3% | 15,1% | 24,5% |
| No lo sé | 13,6% | 2,9% | 7,5% | 15,7% | 15,4% | 17,5% | 25,4% | 14,6% | 6,4% | 8,0% | 16,9% | 13,3% | 18,8% | 16,0% | 1,9% |
| Algo de acuerdo | 25,0% | 22,1% | 25,0% | 30,2% | 20,5% | 15,5% | 26,8% | 36,6% | 42,6% | 26,0% | 22,5% | 15,0% | 18,8% | 25,5% | 26,4% |
| Totalmente de acuerdo | 16,5% | 20,6% | 17,5% | 11,9% | 28,2% | 15,5% | 12,7% | 14,6% | 8,5% | 22,0% | 14,6% | 20,0% | 10,4% | 22,6% | 17,0% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 2,9 | 2,8 | 2,8 | 2,9 | 3,2 | 2,8 | 3,1 | 3,2 | 2,9 | 3,1 | 2,9 | 2,8 | 2,7 | 3,2 | 2,8 |
| Desviación | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,3 | 1,5 | 1,4 | 1,2 | 1,3 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,3 | 1,5 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciona a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

| P13_7. Se mejorara el equipamiento urbano y la limpieza | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 9,2% | 10,9% | 8,9% | 8,7% | 10,0% | 9,1% | 9,3% |
| Algo en desacuerdo | 18,0% | 18,8% | 13,9% | 20,4% | 17,7% | 19,5% | 17,3% |
| No lo sé | 6,3% | 10,9% | 7,3% | 4,4% | 7,2% | 5,7% | 6,5% |
| Algo de acuerdo | 29,0% | 23,4% | 34,4% | 25,5% | 30,9% | 31,5% | 27,9% |
| Totalmente de acuerdo | 37,2% | 35,9% | 35,1% | 40,6% | 33,7% | 33,6% | 38,7% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,4% | 0,5% | 0,4% | 0,7% | 0,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,5 | 3,7 | 3,7 | 3,6 | 3,6 | 3,7 |
| Desviación | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P13_7. Se mejorara el equipamiento urbano y la limpieza | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 9,2% | 4,8% | 10,0% | 7,3% | 9,9% | 12,6% | 7,3% |
| Algo en desacuerdo | 18,0% | 19,0% | 16,4% | 17,7% | 20,6% | 16,1% | 16,4% |
| No lo sé | 6,3% | 9,5% | 5,5% | 4,7% | 7,4% | 8,4% | 5,5% |
| Algo de acuerdo | 29,0% | 33,3% | 33,8% | 31,0% | 25,7% | 25,2% | 23,6% |
| Totalmente de acuerdo | 37,2% | 33,3% | 33,8% | 38,9% | 36,4% | 37,8% | 43,6% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,5% | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 3,6% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,7 | 3,7 | 3,8 | 3,6 | 3,6 | 3,8 |
| Desviación | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,4 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P13_7. Se mejorara el equipamiento urbano y la limpieza | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 9,2% | 11,8% | 6,3% | 8,8% | 12,8% | 9,3% | 9,9% | 7,3% | 8,5% | 10,0% | 5,6% | 11,7% | 12,5% | 3,8% | 20,8% |
| Algo en desacuerdo | 18,0% | 22,1% | 12,5% | 11,9% | 28,2% | 23,7% | 12,7% | 17,1% | 10,6% | 28,0% | 19,1% | 18,3% | 25,0% | 7,5% | 37,7% |
| No lo sé | 6,3% | 2,9% | 7,5% | 5,7% | 5,1% | 2,1% | 4,2% | 4,9% | 8,5% | 10,0% | 9,0% | 10,0% | 6,3% | 8,5% | 3,8% |
| Algo de acuerdo | 29,0% | 25,0% | 30,0% | 39,6% | 15,4% | 25,8% | 31,0% | 31,7% | 36,2% | 18,0% | 22,5% | 25,0% | 25,0% | 37,7% | 17,0% |
| Totalmente de acuerdo | 37,2% | 38,2% | 43,8% | 34,0% | 35,9% | 39,2% | 42,3% | 39,0% | 36,2% | 34,0% | 41,6% | 35,0% | 31,3% | 41,5% | 20,8% |
| Ns/Nc | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,7 | 3,6 | 3,9 | 3,8 | 3,3 | 3,6 | 3,8 | 3,8 | 3,8 | 3,4 | 3,8 | 3,5 | 3,4 | 4,1 | 2,8 |
| Desviación | 1,4 | 1,5 | 1,3 | 1,3 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,3 | 1,5 | 1,3 | 1,4 | 1,5 | 1,1 | 1,5 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

P.13. De las siguientes medidas que le menciona a continuación, me gustaría saber en qué medida afectaría a sus compras en SU ZONA DE RESIDENCIA las siguientes acciones. ¿Compraría Ud. más en el comercio de SU ZONA si.....? (Escala de 1 a 5 siendo 1 totalmente desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo)

| P13_8. Hubiera una mayor seguridad ciudadana | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|-------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Totalmente en desacuerdo | 13,3% | 12,5% | 17,4% | 11,5% | 12,4% | 0% | 1% |
| Algo en desacuerdo | 19,8% | 21,9% | 16,2% | 21,6% | 20,1% | 4% | 8% |
| No lo sé | 5,8% | 10,9% | 6,9% | 4,4% | 5,6% | 32% | 28% |
| Algo de acuerdo | 24,5% | 20,3% | 24,3% | 23,6% | 27,3% | 52% | 48% |
| Totalmente de acuerdo | 36,3% | 32,8% | 34,7% | 38,8% | 34,5% | 11% | 15% |
| Ns/Nc | 0,3% | 1,6% | 0,4% | 0,2% | 0,0% | 1% | 0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100% | 100% |
| Media | 3,5 | 3,4 | 3,4 | 3,6 | 3,5 | 3,7 | 3,7 |
| Desviación | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,4 | 0,7 | 0,9 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| P13_8. Hubiera una mayor seguridad ciudadana | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Totalmente en desacuerdo | 13,3% | 4,8% | 13,9% | 10,8% | 15,8% | 18,2% | 3,6% |
| Algo en desacuerdo | 19,8% | 33,3% | 17,9% | 19,3% | 22,8% | 16,8% | 18,2% |
| No lo sé | 5,8% | 4,8% | 6,5% | 3,2% | 4,8% | 10,5% | 10,9% |
| Algo de acuerdo | 24,5% | 19,0% | 25,4% | 27,5% | 23,5% | 19,6% | 23,6% |
| Totalmente de acuerdo | 36,3% | 38,1% | 36,3% | 39,2% | 33,1% | 33,6% | 41,8% |
| Ns/Nc | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 1,8% |
| TOTAL | 100,0% |
| Media | 3,5 | 3,5 | 3,5 | 3,7 | 3,4 | 3,3 | 3,8 |
| Desviación | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,5 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| P13_8. Hubiera una mayor seguridad ciudadana | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Totalmente en desacuerdo | 13,3% | 13,2% | 15,0% | 11,3% | 5,1% | 12,4% | 11,3% | 14,6% | 12,8% | 8,0% | 15,7% | 18,3% | 14,6% | 10,4% | 26,4% |
| Algo en desacuerdo | 19,8% | 22,1% | 17,5% | 16,4% | 30,8% | 26,8% | 12,7% | 19,5% | 10,6% | 20,0% | 21,3% | 20,0% | 20,8% | 14,2% | 35,8% |
| No lo sé | 5,8% | 5,9% | 5,0% | 5,0% | 7,7% | 2,1% | 8,5% | 4,9% | 6,4% | 10,0% | 4,5% | 6,7% | 4,2% | 10,4% | 0,0% |
| Algo de acuerdo | 24,5% | 26,5% | 17,5% | 32,7% | 12,8% | 22,7% | 35,2% | 26,8% | 38,3% | 20,0% | 19,1% | 21,7% | 33,3% | 17,9% | 13,2% |
| Totalmente de acuerdo | 36,3% | 30,9% | 43,8% | 34,6% | 43,6% | 36,1% | 32,4% | 34,1% | 31,9% | 42,0% | 38,2% | 33,3% | 27,1% | 47,2% | 24,5% |
| Ns/Nc | 0,3% | 1,5% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| Media | 3,5 | 3,4 | 3,6 | 3,6 | 3,6 | 3,4 | 3,6 | 3,5 | 3,7 | 3,7 | 3,4 | 3,3 | 3,4 | 3,8 | 2,7 |
| Desviación | 1,5 | 1,5 | 1,6 | 1,4 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,5 | 1,4 | 1,4 | 1,6 | 1,6 | 1,5 | 1,4 | 1,6 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D1. Nº personas hogar | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|-----------------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 2,7 | 3,1 | 3,2 | 2,8 | 1,9 |
| Desviación | 1,1 | 1,1 | 1,0 | 1,1 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D1. Nº personas hogar | Total | Hombre | Mujer |
|-----------------------|-------|--------|-------|
| Media | 2,7 | 2,8 | 2,6 |
| Desviación | 1,1 | 1,1 | 1,2 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D1. Nº personas hogar | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-----------------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 2,7 | 2,0 | 2,5 | 2,7 | 2,8 | 3,0 | 2,1 |
| Desviación | 1,1 | 0,9 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,1 | 1,3 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D1. Nº personas hogar | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|-----------------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 2,7 | 2,4 | 2,8 | 2,5 | 2,2 | 2,6 | 2,3 | 2,6 | 2,9 | 2,5 | 2,9 | 3,2 | 2,6 | 2,8 | 3,2 |
| Desviación | 1,1 | 1,1 | 1,3 | 1,1 | 1,0 | 1,0 | 1,1 | 1,1 | 1,2 | 1,1 | 1,2 | 1,1 | 1,0 | 1,1 | 1,1 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D1_1. Mayores 65 años | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|-----------------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 0,5 | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 1,5 |
| Desviación | 0,8 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D1_1. Mayores 65 años | Total | Hombre | Mujer |
|-----------------------|-------|--------|-------|
| Media | 0,5 | 0,4 | 0,6 |
| Desviación | 0,8 | 0,7 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D1_1. Mayores 65 años | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-----------------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 0,5 | 0,8 | 0,8 | 0,5 | 0,3 | 0,4 | 0,6 |
| Desviación | 0,8 | 0,8 | 1,0 | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D1_1. Mayores 65 años | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|-----------------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 0,5 | 0,5 | 0,8 | 0,6 | 0,8 | 0,6 | 0,6 | 0,6 | 0,3 | 0,5 | 0,5 | 0,2 | 0,7 | 0,5 | 0,1 |
| Desviación | 0,8 | 0,7 | 1,0 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,6 | 0,7 | 0,7 | 0,5 | 0,9 | 0,8 | 0,4 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D1_2. Menores 18 años | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|-----------------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 0,5 | 0,2 | 1,1 | 0,4 | 0,0 |
| Desviación | 0,8 | 0,4 | 0,9 | 0,7 | 0,2 |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D1_2. Menores 18 años | Total | Hombre | Mujer |
|-----------------------|-------|--------|-------|
| Media | 0,5 | 0,5 | 0,6 |
| Desviación | 0,8 | 0,7 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D1_2. Menores 18 años | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-----------------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 0,5 | 0,1 | 0,3 | 0,5 | 0,7 | 0,7 | 0,3 |
| Desviación | 0,8 | 0,3 | 0,7 | 0,8 | 0,9 | 0,9 | 0,5 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D1_2. Menores 18 años | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|-----------------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,4 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,4 | 0,7 | 0,5 | 0,6 | 0,9 | 0,5 | 0,7 | 0,9 |
| Desviación | 0,8 | 0,8 | 1,0 | 0,7 | 0,7 | 0,5 | 0,7 | 0,6 | 0,9 | 0,7 | 0,8 | 0,9 | 0,8 | 1,0 | 0,9 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D2. Personas con ingresos | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|---------------------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 1,7 | 2,8 | 1,8 | 1,6 | 1,5 |
| Desviación | 1,8 | 6,6 | 0,6 | 0,7 | 1,0 |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D2. Personas con ingresos | Total | Hombre | Mujer |
|---------------------------|-------|--------|-------|
| Media | 1,7 | 1,9 | 1,6 |
| Desviación | 1,8 | 3,1 | 0,8 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D2. Personas con ingresos | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---------------------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 1,7 | 1,3 | 1,5 | 1,9 | 1,7 | 1,8 | 1,3 |
| Desviación | 1,8 | 0,6 | 0,7 | 3,1 | 0,6 | 0,7 | 0,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D2. Personas con ingresos | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---------------------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 1,7 | 1,6 | 1,8 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,4 | 2,0 | 1,5 | 1,5 | 1,6 | 1,7 | 1,7 | 2,2 | 1,9 |
| Desviación | 1,8 | 0,6 | 0,8 | 0,7 | 0,8 | 0,7 | 0,6 | 2,0 | 0,6 | 0,6 | 0,8 | 0,7 | 0,7 | 5,1 | 0,6 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D3. ¿Cuál es su posición dentro del hogar? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Ud. es el principal sustentador (el que más ingresos aporta) | 46,3% | 14,1% | 41,3% | 48,2% | 56,6% | 68,5% | 37,0% |
| Es otra persona el principal sustentador | 43,7% | 76,6% | 44,4% | 43,3% | 34,9% | 19,8% | 53,7% |
| Ud. con otra persona ingresan más o menos por igual | 8,8% | 7,8% | 12,0% | 7,3% | 8,4% | 9,4% | 8,6% |
| NS/NC | 1,2% | 1,6% | 2,3% | 1,1% | 0,0% | 2,3% | 0,7% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D3. ¿Cuál es su posición dentro del hogar? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Ud. es el principal sustentador (el que más ingresos aporta) | 46,3% | 66,7% | 46,8% | 44,9% | 46,7% | 48,3% | 38,2% |
| Es otra persona el principal sustentador | 43,7% | 23,8% | 48,8% | 47,5% | 40,1% | 39,9% | 38,2% |
| Ud. con otra persona ingresan más o menos por igual | 8,8% | 9,5% | 4,5% | 7,3% | 12,9% | 11,9% | 5,5% |
| NS/NC | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,4% | 0,0% | 18,2% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D3. ¿Cuál es su posición dentro del hogar? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Ud. es el principal sustentador (el que más ingresos aporta) | 46,3% | 54,4% | 41,3% | 44,7% | 46,2% | 53,6% | 50,7% | 39,0% | 44,7% | 54,0% | 43,8% | 35,0% | 64,6% | 39,6% | 43,4% |
| Es otra persona el principal sustentador | 43,7% | 32,4% | 45,0% | 48,4% | 41,0% | 39,2% | 45,1% | 51,2% | 42,6% | 38,0% | 46,1% | 55,0% | 29,2% | 47,2% | 39,6% |
| Ud. con otra persona ingresan más o menos por igual | 8,8% | 13,2% | 12,5% | 6,3% | 7,7% | 5,2% | 2,8% | 9,8% | 6,4% | 8,0% | 10,1% | 10,0% | 6,3% | 11,3% | 17,0% |
| NS/NC | 1,2% | 0,0% | 1,3% | 0,6% | 5,1% | 2,1% | 1,4% | 0,0% | 6,4% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D4_1. Edad cabeza de familia | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|------------------------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Media | 56,5 | 51,3 | 46,0 | 57,1 | 74,2 |
| Desviación | 14,5 | 11,3 | 12,4 | 10,6 | 8,9 |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D4_1. Edad cabeza de familia | Total | Hombre | Mujer |
|------------------------------|-------|--------|-------|
| Media | 56,5 | 52,3 | 57,3 |
| Desviación | 14,5 | 14,0 | 14,5 |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D4_1. Edad cabeza de familia | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|------------------------------|-------|------|------------|-------|------------|------|-------|
| Media | 56,5 | 75,4 | 61,7 | 56,8 | 53,4 | 53,5 | 54,2 |
| Desviación | 14,5 | 7,6 | 15,2 | 13,7 | 13,5 | 13,6 | 18,7 |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D4_1. Edad cabeza de familia | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|------------------------------|--------------------|-----------|----------------------------|----------------------------------|-------------|----------------|--------------|-----------------------|---------------------------|-----------|---|--------------|-------------|------------------------------|-------------------|
| Media | 56,5 | 56,0 | 62,4 | 59,6 | 58,3 | 57,9 | 60,9 | 60,9 | 50,2 | 56,3 | 54,3 | 51,2 | 58,2 | 53,9 | 47,5 |
| Desviación | 14,5 | 15,2 | 13,3 | 15,1 | 24,3 | 14,5 | 13,8 | 12,5 | 11,6 | 15,4 | 12,4 | 10,6 | 17,8 | 12,3 | 11,2 |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D4_2. Edad cabeza de familia | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Entre 20-29 años | 1,7% | 9,1% | 0,0% | 1,3% | 0,9% |
| Entre 30-45 años | 20,1% | 7,3% | 62,5% | 4,4% | 0,0% |
| Entre 46-65 años | 44,4% | 76,4% | 21,1% | 72,1% | 2,8% |
| Más de 65 años | 27,4% | 3,6% | 10,5% | 19,0% | 80,6% |
| NS/NC | 6,5% | 3,6% | 5,9% | 3,1% | 15,7% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D4_2. Edad cabeza de familia | Total | Hombre | Mujer |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Entre 20-29 años | 1,7% | 4,3% | 1,1% |
| Entre 30-45 años | 20,1% | 23,4% | 19,5% |
| Entre 46-65 años | 44,4% | 46,8% | 43,8% |
| Más de 65 años | 27,4% | 12,8% | 30,4% |
| NS/NC | 6,5% | 12,8% | 5,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D4_2. Edad cabeza de familia | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Entre 20-29 años | 1,7% | 0,0% | 0,9% | 2,9% | 0,0% | 2,7% | 2,9% |
| Entre 30-45 años | 20,1% | 0,0% | 13,1% | 18,4% | 29,0% | 27,0% | 2,9% |
| Entre 46-65 años | 44,4% | 0,0% | 43,0% | 42,0% | 50,3% | 51,4% | 29,4% |
| Más de 65 años | 27,4% | 85,7% | 40,2% | 33,3% | 16,6% | 16,2% | 14,7% |
| NS/NC | 6,5% | 14,3% | 2,8% | 3,4% | 4,1% | 2,7% | 50,0% |
| TOTAL | 100,1% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D4_2. Edad cabeza de familia | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Entre 20-29 años | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 4,8% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 4,3% | 0,0% | 2,6% | 5,9% | 1,6% | 3,3% |
| Entre 30-45 años | 20,1% | 32,3% | 10,6% | 15,9% | 14,3% | 13,3% | 14,3% | 8,0% | 26,9% | 21,7% | 24,0% | 23,1% | 23,5% | 25,0% | 36,7% |
| Entre 46-65 años | 44,4% | 29,0% | 42,6% | 45,5% | 23,8% | 46,7% | 40,0% | 48,0% | 53,8% | 34,8% | 48,0% | 59,0% | 41,2% | 42,2% | 53,3% |
| Más de 65 años | 27,4% | 35,5% | 34,0% | 35,2% | 33,3% | 28,9% | 37,1% | 40,0% | 11,5% | 34,8% | 20,0% | 12,8% | 29,4% | 21,9% | 6,7% |
| NS/NC | 6,5% | 3,2% | 12,8% | 2,3% | 23,8% | 8,9% | 8,6% | 4,0% | 3,8% | 4,3% | 8,0% | 2,6% | 0,0% | 9,4% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D5_1. País | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| España | 95,1% | 92,2% | 91,1% | 95,6% | 99,2% |
| Otro | 3,9% | 6,3% | 6,9% | 3,7% | 0,4% |
| NS/NC | 1,0% | 1,6% | 1,9% | 0,7% | 0,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D5_1. País | Total | Hombre | Mujer |
|--------------|---------------|---------------|---------------|
| España | 95,1% | 94,0% | 95,6% |
| Otro | 3,9% | 4,0% | 3,8% |
| NS/NC | 1,0% | 2,0% | 0,6% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D5_1. País | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| España | 95% | 95% | 95% | 96% | 96% | 97% | 82% |
| Otro | 4% | 5% | 5% | 4% | 4% | 3% | 2% |
| NS/NC | 1% | 0% | 1% | 0% | 0% | 0% | 16% |
| TOTAL | 100% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D5_1. País | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| España | 95,1% | 97,1% | 95,0% | 96,9% | 100,0% | 91,8% | 93,0% | 97,6% | 97,9% | 96,0% | 93,3% | 98,3% | 93,8% | 91,5% | 96,2% |
| Otro | 3,9% | 2,9% | 5,0% | 2,5% | 0,0% | 6,2% | 5,6% | 2,4% | 0,0% | 4,0% | 4,5% | 1,7% | 6,3% | 5,7% | 3,8% |
| NS/NC | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 2,1% | 1,4% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

| D5_1_OTROS. Valor | Porcentaje |
|----------------------|---------------|
| - | 96,1% |
| ÁFRICA | 0,1% |
| REINO UNIDO | 0,1% |
| COLOMBIA | 0,1% |
| ECUADOR | 0,8% |
| FRANCIA | 0,1% |
| GUATEMALA | 0,1% |
| MARRUECOS | 0,2% |
| MÉXICO | 0,1% |
| NICARAGUA | 0,7% |
| PERÚ | 0,2% |
| POLONIA | 0,1% |
| PORTUGAL | 0,1% |
| REPÚBLICA DOMINICANA | 0,2% |
| RUMANÍA | 0,4% |
| SENEGAL | 0,1% |
| SUIZA | 0,3% |
| UCRANIA | 0,1% |
| VENEZUELA | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D5_2. Comunidad Autónoma | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Aragón | 84,3% | 91,7% | 88,4% | 81,2% | 83,9% |
| Otra | 14,6% | 5,0% | 9,5% | 17,9% | 16,1% |
| NS/NC | 1,1% | 3,3% | 2,1% | 1,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,1% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D5_2. Comunidad Autónoma | Total | Hombre | Mujer |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Aragón | 84,3% | 83,6% | 84,6% |
| Otra | 14,6% | 14,0% | 14,8% |
| NS/NC | 1,1% | 2,4% | 0,6% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D5_2. Comunidad Autónoma | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Aragón | 84,3% | 95,0% | 88,0% | 85,1% | 84,0% | 82,0% | 70,4% |
| Otra | 14,6% | 5,0% | 12,0% | 14,9% | 16,0% | 17,3% | 11,1% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 18,5% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D5_2. Comunidad Autónoma | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--------------------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Aragón | 84,3% | 84,8% | 82,9% | 81,9% | 71,8% | 89,0% | 85,1% | 72,5% | 93,6% | 93,8% | 77,6% | 86,4% | 86,7% | 85,0% | 90,2% |
| Otra | 14,6% | 15,2% | 17,1% | 17,4% | 23,1% | 8,8% | 13,4% | 27,5% | 4,3% | 6,3% | 20,0% | 13,6% | 13,3% | 13,0% | 9,8% |
| NS/NC | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 5,1% | 2,2% | 1,5% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 2,4% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

| D5_2_OTRO. Valor | Porcentaje |
|----------------------|---------------|
| - | 86,0% |
| ANDALUCÍA | 2,1% |
| ASTURIAS | 0,3% |
| BALEARES | 0,1% |
| CANARIAS | 0,1% |
| CASTILLA LA MANCHA | 1,2% |
| CASTILLA LEON | 3,6% |
| CATALUÑA | 1,6% |
| COMUNIDAD VALENCIANA | 0,9% |
| EXTREMADURA | 0,3% |
| GALICIA | 0,5% |
| LA RIOJA | 0,6% |
| MADRID | 1,1% |
| NAVARRA | 0,6% |
| NO DICE | 0,1% |
| PAÍS VASCO | 1,0% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D5_3. Municipio | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|-----------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Zaragoza | 88,9% | 87,7% | 94,0% | 88,6% | 84,5% |
| Otro | 9,6% | 8,8% | 3,7% | 10,2% | 15,0% |
| NS/NC | 1,5% | 3,5% | 2,3% | 1,2% | 0,5% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D5_3. Municipio | Total | Hombre | Mujer |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| Zaragoza | 88,9% | 88,1% | 89,2% |
| Otro | 9,6% | 9,0% | 9,9% |
| NS/NC | 1,5% | 2,9% | 0,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D5_3. Municipio | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Zaragoza | 88,9% | 84,2% | 90,9% | 90,6% | 88,6% | 90,4% | 72,9% |
| Otro | 9,6% | 15,8% | 9,1% | 9,4% | 11,4% | 7,8% | 6,3% |
| NS/NC | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 20,8% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D5_3. Municipio | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto.V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|-----------------|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|-------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Zaragoza | 88,9% | 91,1% | 95,2% | 89,0% | 75,9% | 87,8% | 94,8% | 96,4% | 93,3% | 91,1% | 79,4% | 88,0% | 89,7% | 84,7% | 91,1% |
| Otro | 9,6% | 8,9% | 3,2% | 10,2% | 17,2% | 9,8% | 3,4% | 3,6% | 4,4% | 8,9% | 17,6% | 12,0% | 10,3% | 12,9% | 8,9% |
| NS/NC | 1,5% | 0,0% | 1,6% | 0,8% | 6,9% | 2,4% | 1,7% | 0,0% | 2,2% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 2,4% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

| D5_3_OTRO. Valor | Porcentaje |
|------------------------|---------------|
| - | 92,2% |
| AIÑO | 0,1% |
| ALBALATE DEL ARZOBISPO | 0,2% |
| ALCAÑIZ | 0,1% |
| ALZAJARIN | 0,1% |
| ARÁNDIGA | 0,1% |
| ATECA | 0,1% |
| BARCELONA | 0,1% |
| BELCHITE | 0,1% |
| BIEL | 0,7% |
| CALATAYUD | 0,1% |
| FARLETE | 0,2% |
| CINCO VILLAS (COMARCA) | 0,1% |
| DAROCA | 0,1% |
| EGEA DE LOS CABALLEROS | 0,1% |
| REMOLINOS | 0,1% |
| GALLUR | 1,2% |
| HUESCA | 0,1% |
| HIJAR | 0,1% |
| JACA | 0,2% |
| LECIÑANA | 0,1% |
| LOS MONEGROS (COMARCA) | 0,1% |
| LUCENI | 0,1% |
| MIEDES DE ARAGÓN | 0,1% |
| MORATA DE JALÓN | 0,1% |
| MORÉS | 0,1% |
| LA PUEBLA DE ALFINDÉN | 0,1% |
| SESTAO | 0,1% |
| SORIA | 0,1% |
| TARAZONA | 0,1% |
| TAUSTE | 2,2% |
| TERUEL | 0,1% |
| URRIÉS | 0,1% |
| VALDERROBLES | 0,2% |
| VALLADOLID | 0,1% |
| VILLARRAPA | 0,1% |
| VISTABELLA | 0,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D6A. Dígame por favor los estudios de más alto nivel que hay finalizado Ud. | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| No sabe leer ni escribir | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,3% | 0,0% |
| Sin estudios (Estudios primarios sin terminar) | 3,9% | 0,0% | 0,4% | 1,1% | 13,3% | 0,7% | 5,2% |
| Primer grado (Certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años) | 13,5% | 1,6% | 3,1% | 11,7% | 30,5% | 7,4% | 16,1% |
| Segundo grado 1er ciclo (Graduado escolar, EGB 2ª etapa, 1º y 2º ESO, hasta los 14 años) | 17,7% | 1,6% | 9,7% | 20,4% | 25,3% | 15,1% | 18,7% |
| Segundo grado 2º ciclo (FP 1º y 2º, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º ESO, CIU, PREU, 1º y 2º Bachillerato, hasta los 18 años) | 32,6% | 60,9% | 37,1% | 37,8% | 11,6% | 37,9% | 30,4% |
| Tercer grado 1er ciclo (Ingeniero técnico, escuelas Universitarias, arquitectos técnicos, peritos, magisterio, ATS, diplomados, graduados sociales, asistentes sociales, etc..) | 10,5% | 12,5% | 12,7% | 9,9% | 8,8% | 14,1% | 9,0% |
| Tercer grado 2º ciclo (Universitarios, licenciado superior, facultades, escuelas técnicas superiores, doctorados, etc..) | 19,9% | 21,9% | 33,2% | 17,9% | 9,2% | 21,5% | 19,3% |
| NS/NC | 1,8% | 1,6% | 3,9% | 1,1% | 0,8% | 3,0% | 1,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D6A. Dígame por favor los estudios de más alto nivel que hay finalizado Ud. | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| No sabe leer ni escribir | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| Sin estudios (Estudios primarios sin terminar) | 3,9% | 57,1% | 7,5% | 1,6% | 0,4% | 0,7% | 9,1% |
| Primer grado (Certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años) | 13,5% | 19,0% | 32,8% | 14,6% | 3,3% | 0,0% | 20,0% |
| Segundo grado 1er ciclo (Graduado escolar, EGB 2ª etapa, 1º y 2º ESO, hasta los 14 años) | 17,7% | 19,0% | 32,3% | 23,7% | 8,5% | 3,5% | 10,9% |
| Segundo grado 2º ciclo (FP 1º y 2º, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º ESO, CIU, PREU, 1º y 2º Bachillerato, hasta los 18 años) | 32,6% | 0,0% | 23,4% | 49,4% | 33,8% | 18,9% | 12,7% |
| Tercer grado 1er ciclo (Ingeniero técnico, escuelas Universitarias, arquitectos técnicos, peritos, magisterio, ATS, diplomados, graduados sociales, asistentes sociales, etc..) | 10,5% | 0,0% | 2,0% | 5,1% | 22,1% | 16,8% | 3,6% |
| Tercer grado 2º ciclo (Universitarios, licenciado superior, facultades, escuelas técnicas superiores, doctorados, etc..) | 19,9% | 4,8% | 2,0% | 5,7% | 31,6% | 60,1% | 10,9% |
| NS/NC | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 30,9% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

| D6A. Dígame por favor los estudios de más alto nivel que hay finalizado Ud. | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------------------|---------------|---|---------------|---------------|------------------------------|-------------------|
| No sabe leer ni escribir | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| Sin estudios (Estudios primarios sin terminar) | 3,9% | 4,4% | 2,5% | 3,8% | 2,6% | 4,1% | 7,0% | 4,9% | 4,3% | 6,0% | 4,5% | 3,3% | 2,1% | 1,9% | 3,8% |
| Primer grado (Certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años) | 13,5% | 13,2% | 6,3% | 13,8% | 12,8% | 16,5% | 19,7% | 22,0% | 12,8% | 20,0% | 11,2% | 11,7% | 8,3% | 17,0% | 1,9% |
| Segundo grado 1er ciclo (Graduado escolar, EGB 2ª etapa, 1º y 2º ESO, hasta los 14 años) | 17,7% | 10,3% | 15,0% | 18,2% | 15,4% | 17,5% | 25,4% | 17,1% | 27,7% | 20,0% | 16,9% | 23,3% | 12,5% | 17,0% | 11,3% |
| Segundo grado 2º ciclo (FP 1º y 2º, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º ESO, CIU, PREU, 1º y 2º Bachillerato, hasta los 18 años) | 32,6% | 32,4% | 21,3% | 37,1% | 28,2% | 34,0% | 33,8% | 29,3% | 25,5% | 38,0% | 37,1% | 40,0% | 18,8% | 34,9% | 32,1% |
| Tercer grado 1er ciclo (Ingeniero técnico, escuelas Universitarias, arquitectos técnicos, peritos, magisterio, ATS, diplomados, graduados sociales, asistentes sociales, etc..) | 10,5% | 8,8% | 13,8% | 6,9% | 12,8% | 4,1% | 4,2% | 14,6% | 8,5% | 10,0% | 9,0% | 11,7% | 31,3% | 11,3% | 17,0% |
| Tercer grado 2º ciclo (Universitarios, licenciado superior, facultades, escuelas técnicas superiores, doctorados, etc..) | 19,9% | 27,9% | 38,8% | 19,5% | 25,6% | 21,6% | 8,5% | 12,2% | 17,0% | 6,0% | 18,0% | 10,0% | 27,1% | 13,2% | 34,0% |
| NS/NC | 1,8% | 2,9% | 2,5% | 0,6% | 2,6% | 2,1% | 1,4% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D6B. ¿Y el nivel de estudios del sustentador o cabeza de familia? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| No sabe leer ni escribir | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,3% | 0,0% |
| Sin estudios (Estudios primarios sin terminar) | 3,1% | 0,0% | 0,4% | 1,4% | 9,6% | 1,7% | 3,7% |
| Primer grado (Certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años) | 14,9% | 12,5% | 7,3% | 11,2% | 29,7% | 8,1% | 17,7% |
| Segundo grado 1er ciclo (Graduado escolar, EGB 2ª etapa, 1º y 2º ESO, hasta los 14 años) | 17,1% | 15,6% | 10,8% | 17,7% | 22,9% | 17,4% | 16,9% |
| Segundo grado 2º ciclo (FP 1º y 2º, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º ESO, CIUO, PREU, 1º y 2º Bachillerato, hasta los 18 años) | 28,1% | 31,3% | 32,0% | 33,7% | 13,3% | 30,5% | 27,0% |
| Tercer grado 1er ciclo (Ingeniero técnico, escuelas Universitarias, arquitectos técnicos, peritos, magisterio, ATS, diplomados, graduados sociales, asistentes sociales, etc..) | 10,7% | 9,4% | 12,4% | 11,7% | 7,6% | 11,7% | 10,3% |
| Tercer grado 2º ciclo (Universitarios, licenciado superior, facultades, escuelas técnicas superiores, doctorados, etc..) | 20,9% | 25,0% | 30,9% | 20,6% | 10,0% | 24,2% | 19,6% |
| NS/NC | 5,2% | 6,3% | 6,2% | 3,7% | 6,4% | 6,0% | 4,8% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D6B. ¿Y el sustentador o cabeza de familia? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| No sabe leer ni escribir | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,8% |
| Sin estudios (Estudios primarios sin terminar) | 3,1% | 57,1% | 4,5% | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 5,5% |
| Primer grado (Certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años) | 14,9% | 14,3% | 40,8% | 14,6% | 2,2% | 0,0% | 23,6% |
| Segundo grado 1er ciclo (Graduado escolar, EGB 2ª etapa, 1º y 2º ESO, hasta los 14 años) | 17,1% | 19,0% | 30,3% | 25,0% | 7,4% | 2,1% | 9,1% |
| Segundo grado 2º ciclo (FP 1º y 2º, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º ESO, CIU, PREU, 1º y 2º Bachillerato, hasta los 18 años) | 28,1% | 0,0% | 20,4% | 49,1% | 29,4% | 2,1% | 7,3% |
| Tercer grado 1er ciclo (Ingeniero técnico, escuelas Universitarias, arquitectos técnicos, peritos, magisterio, ATS, diplomados, graduados sociales, asistentes sociales, etc..) | 10,7% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 24,3% | 18,9% | 5,5% |
| Tercer grado 2º ciclo (Universitarios, licenciado superior, facultades, escuelas técnicas superiores, doctorados, etc..) | 20,9% | 0,0% | 0,0% | 3,8% | 33,5% | 70,6% | 12,7% |
| NS/NC | 5,2% | 9,5% | 4,0% | 1,6% | 3,3% | 6,3% | 34,5% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D6B. ¿Y el sustentador o cabeza de familia? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Valdefierro | 9. Torrero-Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferia (San Isabel, Utebo y Casetas) | 12. Romareda | 13. Arrabal | 14. Casablanca-Valdespartera | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------------------|---------------|---|---------------|---------------|------------------------------|-------------------|
| No sabe leer ni escribir | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,9% | 0,0% |
| Sin estudios (Estudios primarios sin terminar) | 3,1% | 4,4% | 1,3% | 3,1% | 2,6% | 4,1% | 7,0% | 4,9% | 2,1% | 4,0% | 3,4% | 1,7% | 2,1% | 0,9% | 1,9% |
| Primer grado (Certificado escolar, EGB 1ª etapa, más o menos 10 años) | 14,9% | 11,8% | 6,3% | 18,2% | 17,9% | 14,4% | 21,1% | 14,6% | 17,0% | 20,0% | 14,6% | 16,7% | 10,4% | 16,0% | 5,7% |
| Segundo grado 1er ciclo (Graduado escolar, EGB 2ª etapa, 1º y 2º ESO, hasta los 14 años) | 17,1% | 11,8% | 13,8% | 15,7% | 10,3% | 18,6% | 19,7% | 24,4% | 23,4% | 26,0% | 13,5% | 18,3% | 10,4% | 24,5% | 7,5% |
| Segundo grado 2º ciclo (FP 1º y 2º, Bachiller superior, BUP, 3º y 4º ESO, CIOU, PREU, 1º y 2º Bachillerato, hasta los 18 años) | 28,1% | 22,1% | 13,8% | 32,7% | 23,1% | 29,9% | 32,4% | 31,7% | 27,7% | 36,0% | 30,3% | 31,7% | 16,7% | 31,1% | 24,5% |
| Tercer grado 1er ciclo (Ingeniero técnico, escuelas Universitarias, arquitectos técnicos, peritos, magisterio, ATS, diplomados, graduados sociales, asistentes sociales, etc..) | 10,7% | 14,7% | 15,0% | 6,9% | 10,3% | 5,2% | 7,0% | 14,6% | 8,5% | 10,0% | 7,9% | 20,0% | 27,1% | 7,5% | 11,3% |
| Tercer grado 2º ciclo (Universitarios, licenciado superior, facultades, escuelas técnicas superiores, doctorados, etc..) | 20,9% | 30,9% | 41,3% | 18,9% | 30,8% | 23,7% | 9,9% | 9,8% | 14,9% | 4,0% | 19,1% | 6,7% | 25,0% | 13,2% | 47,2% |
| NS/NC | 5,2% | 4,4% | 8,8% | 4,4% | 5,1% | 4,1% | 2,8% | 0,0% | 6,4% | 0,0% | 11,2% | 5,0% | 8,3% | 5,7% | 1,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D7A. ¿Cuál es su actividad actual? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|------------------------------------|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Trabaja actualmente | 42,3% | 39,1% | 72,2% | 47,7% | 2,4% | 53,0% | 37,7% |
| Retirado/pensionista/incapacitado | 27,8% | 1,6% | 1,2% | 20,2% | 75,5% | 29,5% | 27,0% |
| Parado, ha trabajado anteriormente | 10,9% | 12,5% | 15,1% | 14,2% | 0,4% | 8,4% | 12,0% |
| Parado, busca primer empleo | 0,4% | 1,6% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,3% | 0,4% |
| Estudiante (que no trabaja) | 3,1% | 43,8% | 0,4% | 0,5% | 0,0% | 5,0% | 2,3% |
| Sus labores (que no trabaja) | 14,0% | 0,0% | 8,1% | 15,8% | 20,5% | 1,0% | 19,4% |
| NS/NC | 1,6% | 1,6% | 3,1% | 0,9% | 1,2% | 2,7% | 1,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D7A. ¿Cuál es su actividad actual? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Trabaja actualmente | 42,3% | 14,3% | 25,9% | 42,4% | 58,5% | 50,3% | 10,9% |
| Retirado/pensionista/incapacitado | 27,8% | 61,9% | 39,8% | 27,8% | 18,0% | 25,9% | 23,6% |
| Parado, ha trabajado anterior. | 10,9% | 0,0% | 13,4% | 11,4% | 11,8% | 9,8% | 1,8% |
| Parado, busca primer empleo | 0,4% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,4% | 1,4% | 0,0% |
| Estudiante (que no trabaja) | 3,1% | 0,0% | 2,0% | 2,8% | 2,6% | 4,9% | 7,3% |
| Sus labores (que no trabaja) | 14,0% | 19,0% | 18,4% | 15,5% | 8,8% | 7,7% | 29,1% |
| NS/NC | 1,6% | 4,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 27,3% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,1% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D7A. ¿Cuál es su actividad actual? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía- Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|------------------------------------|--------------------|---------------|----------------------|---------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Trabaja actualmente | 42,3% | 45,6% | 42,5% | 40,3% | 35,9% | 39,2% | 29,6% | 39,0% | 36,2% | 44,0% | 38,2% | 55,0% | 33,3% | 48,1% | 66,0% |
| Retirado/pensionista/incapacitado | 27,8% | 25,0% | 32,5% | 28,3% | 38,5% | 22,7% | 40,8% | 39,0% | 25,5% | 32,0% | 23,6% | 13,3% | 43,8% | 26,4% | 7,5% |
| Parado, ha trabajado anterior. | 10,9% | 11,8% | 7,5% | 10,7% | 0,0% | 14,4% | 12,7% | 7,3% | 19,1% | 10,0% | 7,9% | 8,3% | 12,5% | 12,3% | 15,1% |
| Parado, busca primer empleo | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 1,9% |
| Estudiante (que no trabaja) | 3,1% | 5,9% | 2,5% | 3,1% | 15,4% | 0,0% | 2,8% | 4,9% | 2,1% | 4,0% | 4,5% | 1,7% | 2,1% | 0,9% | 0,0% |
| Sus labores (que no trabaja) | 14,0% | 10,3% | 12,5% | 16,4% | 7,7% | 21,6% | 12,7% | 9,8% | 12,8% | 10,0% | 21,3% | 21,7% | 6,3% | 9,4% | 9,4% |
| NS/NC | 1,6% | 1,5% | 2,5% | 0,6% | 2,6% | 2,1% | 1,4% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D7B. ¿Y el sustentador o cabeza de familia? | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|---|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Trabaja actualmente | 54,4% | 81,3% | 86,5% | 60,8% | 2,8% | 59,7% | 52,1% |
| Retirado/pensionista/incapacitado | 37,1% | 9,4% | 5,8% | 29,8% | 89,6% | 32,2% | 39,2% |
| Parado, ha trabajado anteriormente | 3,3% | 1,6% | 2,3% | 5,7% | 0,4% | 2,7% | 3,5% |
| Parado, busca primer empleo | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,3% |
| Estudiante (que no trabaja) | 0,2% | 3,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,1% |
| Sus labores (que no trabaja) | 1,2% | 0,0% | 0,4% | 0,7% | 3,2% | 0,3% | 1,5% |
| NS/NC | 3,7% | 4,7% | 5,0% | 2,5% | 4,0% | 4,7% | 3,2% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por perfil socioeconómico

| D7B. ¿Y el sustentador o cabeza de familia? | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Trabaja actualmente | 54,4% | 14,3% | 38,3% | 54,7% | 69,9% | 67,8% | 14,5% |
| Retirado/pensionista/incapacitado | 37,1% | 81,0% | 55,2% | 39,6% | 24,6% | 28,7% | 23,6% |
| Parado, ha trabajado anteriormente | 3,3% | 0,0% | 5,0% | 3,8% | 2,2% | 2,8% | 1,8% |
| Parado, busca primer empleo | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 0,0% | 0,0% |
| Estudiante (que no trabaja) | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,6% |
| Sus labores (que no trabaja) | 1,2% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 18,2% |
| NS/NC | 3,7% | 4,8% | 1,5% | 1,3% | 2,6% | 0,7% | 38,2% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D7B. ¿Y el sustentador o cabeza de familia? | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía- Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia Romared | 12. Cas.- Vald. | 13. Arrabal | 14. Cas.- Vald. | 15. Otros barrios |
|---|--------------------|---------------|----------------------|---------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|-----------------------|-----------------|---------------|-----------------|-------------------|
| Trabaja actualmente | 54,4% | 55,9% | 48,8% | 52,2% | 38,5% | 49,5% | 43,7% | 43,9% | 55,3% | 48,0% | 53,9% | 75,0% | 45,8% | 61,3% | 86,8% |
| Retirado/pensionista/incapacitado | 37,1% | 33,8% | 46,3% | 40,3% | 51,3% | 35,1% | 47,9% | 51,2% | 34,0% | 48,0% | 33,7% | 18,3% | 45,8% | 30,2% | 11,3% |
| Parado, ha trabajado anteriormente | 3,3% | 2,9% | 0,0% | 5,7% | 0,0% | 7,2% | 4,2% | 0,0% | 4,3% | 2,0% | 2,2% | 1,7% | 6,3% | 1,9% | 1,9% |
| Parado, busca primer empleo | 0,2% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% |
| Estudiante (que no trabaja) | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Sus labores (que no trabaja) | 1,2% | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 2,6% | 2,1% | 1,4% | 4,9% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 1,7% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| NS/NC | 3,7% | 2,9% | 5,0% | 1,9% | 7,7% | 6,2% | 1,4% | 0,0% | 6,4% | 0,0% | 9,0% | 3,3% | 0,0% | 4,7% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D8A_1. ¿Cuál es su actual ocupación? TRABAJA POR CUENTA PROPIA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Empresarios agrarios con 6 y más empleados | 0,1% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 1,5% | 0,4% | 0,5% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | 0,2% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,4% |
| Miembros de cooperativas agrarias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados | 1,0% | 0,0% | 1,3% | 1,1% | 0,5% | 0,4% | 1,3% |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados | 3,5% | 2,9% | 3,0% | 3,0% | 5,1% | 3,9% | 3,3% |
| Empresarios/comerciantes sin empleados | 5,8% | 8,6% | 5,1% | 6,1% | 5,6% | 5,7% | 5,8% |
| Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc..) | 1,9% | 0,0% | 1,7% | 2,8% | 1,0% | 2,9% | 1,4% |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia | 1,3% | 0,0% | 0,4% | 1,1% | 3,0% | 1,1% | 1,4% |
| NS/NC | 85,7% | 88,6% | 87,8% | 85,6% | 82,8% | 85,3% | 85,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| D8A_1. ¿Cuál es su actual ocupación? TRABAJA POR CUENTA PROPIA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Empresarios agrarios con 6 y más empleados | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,9% |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 0,8% | 0,0% | 0,0% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | 0,2% | 5,9% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Miembros de cooperativas agrarias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 4,9% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados | 3,5% | 0,0% | 0,6% | 2,7% | 6,3% | 4,9% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes sin empleados | 5,8% | 5,9% | 0,6% | 5,8% | 12,1% | 1,6% | 0,0% |
| Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc..) | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,2% | 4,9% | 0,0% |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia | 1,3% | 5,9% | 1,9% | 2,3% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 85,7% | 82,4% | 96,9% | 88,4% | 75,0% | 83,7% | 97,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,1% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D8A_1. ¿Cuál es su actual ocupación? TRABAJA POR CUENTA PROPIA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almazara | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|------------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Empresarios agrarios con 6 y más empleados | 0,1% | 1,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados | 0,5% | 3,5% | 0,0% | 0,8% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,1% | 2,1% |
| Miembros de cooperativas agrarias | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados | 1,0% | 0,0% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,9% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 2,2% | 2,3% | 1,1% | 4,3% |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados | 3,5% | 7,0% | 4,4% | 2,4% | 3,3% | 2,6% | 5,0% | 2,9% | 2,5% | 9,3% | 1,5% | 4,3% | 0,0% | 1,1% | 6,4% |
| Empresarios/comerciantes sin empleados | 5,8% | 3,5% | 5,9% | 9,4% | 6,7% | 5,3% | 3,3% | 2,9% | 5,0% | 7,0% | 1,5% | 8,7% | 7,0% | 5,3% | 6,4% |
| Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc..) | 1,9% | 1,8% | 7,4% | 0,8% | 3,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 4,6% | 0,0% | 2,3% | 2,1% | 2,1% |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia | 1,3% | 1,8% | 0,0% | 0,8% | 6,7% | 0,0% | 3,3% | 2,9% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 0,0% | 2,3% | 1,1% | 2,1% |
| NS/NC | 85,7% | 80,7% | 80,9% | 85,8% | 80,0% | 92,1% | 88,3% | 88,6% | 90,0% | 79,1% | 92,3% | 84,8% | 83,7% | 88,4% | 76,6% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D8A_2. ¿Cuál es su actual ocupación? TRABAJA POR CUENTA AJENA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Direc. empresas públicas y privadas 25 y + trab | 1,7% | 0,0% | 3,0% | 0,6% | 2,5% | 3,2% | 0,9% |
| Direc. empresas públicas y privadas, menos de 25 trab | 1,3% | 0,0% | 1,3% | 1,9% | 0,5% | 2,5% | 0,7% |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 9,3% | 8,6% | 11,0% | 9,1% | 7,6% | 9,7% | 9,0% |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 14,1% | 8,6% | 14,8% | 16,3% | 10,1% | 14,3% | 13,9% |
| Capataces, encargados, suboficiales ejército | 3,2% | 0,0% | 2,1% | 3,3% | 5,1% | 6,1% | 1,8% |
| Agentes comerciales, representantes | 2,2% | 2,9% | 3,0% | 2,2% | 1,0% | 3,6% | 1,4% |
| Administrativos | 11,4% | 17,1% | 13,9% | 11,3% | 7,6% | 8,2% | 13,0% |
| Obreros especializados, número Guardia Civil y Policía | 14,3% | 17,1% | 12,7% | 15,5% | 13,6% | 21,1% | 10,8% |
| Vendedores, dependientes | 7,5% | 17,1% | 10,5% | 3,9% | 8,6% | 2,2% | 10,1% |
| Empleados subalternos (conserjes, etc..) | 2,0% | 2,9% | 1,7% | 2,2% | 2,0% | 0,7% | 2,7% |
| Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico | 12,4% | 8,6% | 8,4% | 13,8% | 15,2% | 7,9% | 14,6% |
| Jornaleros del campo | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 0,5% | 0,7% | 0,2% |
| Oro personal no cualificado | 3,5% | 8,6% | 2,1% | 3,6% | 4,0% | 1,4% | 4,5% |
| NS/NC | 16,8% | 8,6% | 15,6% | 15,7% | 21,7% | 18,3% | 16,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| D8A_2. ¿Cuál es su actual ocupación? TRABAJA POR CUENTA AJENA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Direc. empresas públicas y privadas 25 y + trab | 1,7% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 9,8% | 2,9% |
| Direc. empresas públicas y privadas, menos de 25 trab | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 1,3% | 5,7% | 0,0% |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 9,3% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 5,0% | 52,0% | 0,0% |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 14,1% | 5,9% | 1,3% | 6,2% | 39,2% | 3,3% | 0,0% |
| Capataces, encargados, suboficiales ejército | 3,2% | 0,0% | 3,1% | 5,4% | 2,5% | 1,6% | 0,0% |
| Agentes comerciales, representantes | 2,2% | 0,0% | 0,0% | 3,1% | 3,8% | 0,8% | 0,0% |
| Administrativos | 11,4% | 0,0% | 3,8% | 17,1% | 15,8% | 5,7% | 0,0% |
| Obreros especializados, número Guardia Civil y Policía | 14,3% | 0,0% | 18,9% | 29,8% | 3,3% | 3,3% | 0,0% |
| Vendedores, dependientes | 7,5% | 0,0% | 7,5% | 15,5% | 3,3% | 1,6% | 0,0% |
| Empleados subalternos (conserjes, etc..) | 2,0% | 0,0% | 5,0% | 1,9% | 1,3% | 0,8% | 0,0% |
| Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico | 12,4% | 41,2% | 45,3% | 7,4% | 2,1% | 0,0% | 0,0% |
| Jornaleros del campo | 0,4% | 17,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Oro personal no cualificado | 3,5% | 23,5% | 12,6% | 1,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 16,8% | 11,8% | 2,5% | 10,5% | 22,5% | 15,4% | 97,1% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

| D8A_2. ¿Cuál es su actual ocupación? TRABAJA POR CUENTA AJENA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferi a | 12. Romare d | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Direc. empresas públicas y privadas 25 y + trab | 1,7% | 5,3% | 5,9% | 0,8% | 0,0% | 3,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,7% | 0,0% | 2,1% |
| Direc. empresas públicas y privadas, menos de 25 trab | 1,3% | 0,0% | 1,5% | 0,8% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 2,3% | 3,1% | 4,3% | 0,0% | 1,1% | 2,1% |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 9,3% | 10,5% | 14,7% | 10,2% | 20,0% | 6,6% | 5,0% | 2,9% | 2,5% | 7,0% | 7,7% | 8,7% | 14,0% | 7,4% | 14,9% |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 14,1% | 15,8% | 8,8% | 13,4% | 10,0% | 14,5% | 3,3% | 25,7% | 22,5% | 11,6% | 23,1% | 13,0% | 18,6% | 7,4% | 21,3% |
| Capataces, encargados, suboficiales ejército | 3,2% | 1,8% | 5,9% | 2,4% | 0,0% | 2,6% | 5,0% | 5,7% | 2,5% | 7,0% | 3,1% | 2,2% | 4,7% | 2,1% | 2,1% |
| Agentes comerciales, representantes | 2,2% | 3,5% | 1,5% | 0,8% | 6,7% | 2,6% | 5,0% | 2,9% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 4,3% | 0,0% | 3,2% | 0,0% |
| Administrativos | 11,4% | 19,3% | 11,8% | 11,8% | 10,0% | 13,2% | 3,3% | 20,0% | 2,5% | 7,0% | 7,7% | 6,5% | 16,3% | 11,6% | 19,1% |
| Obreros especializados, número Guardia Civil y Policía | 14,3% | 8,8% | 5,9% | 18,1% | 10,0% | 13,2% | 26,7% | 11,4% | 7,5% | 11,6% | 16,9% | 17,4% | 14,0% | 15,8% | 12,8% |
| Vendedores, dependientes | 7,5% | 1,8% | 7,4% | 8,7% | 6,7% | 6,6% | 8,3% | 5,7% | 15,0% | 4,7% | 10,8% | 6,5% | 2,3% | 11,6% | 2,1% |
| Empleados subalternos (conserjes, etc..) | 2,0% | 3,5% | 2,9% | 3,1% | 0,0% | 2,6% | 0,0% | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 1,5% | 2,2% | 0,0% | 4,2% | 0,0% |
| Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico | 12,4% | 7,0% | 7,4% | 12,6% | 10,0% | 15,8% | 11,7% | 11,4% | 22,5% | 30,2% | 9,2% | 15,2% | 0,0% | 15,8% | 4,3% |
| Jornaleros del campo | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Oro personal no cualificado | 3,5% | 3,5% | 1,5% | 0,8% | 3,3% | 3,9% | 16,7% | 2,9% | 2,5% | 4,7% | 1,5% | 4,3% | 2,3% | 3,2% | 0,0% |
| NS/NC | 16,8% | 19,3% | 25,0% | 15,0% | 23,3% | 13,2% | 15,0% | 8,6% | 17,5% | 11,6% | 15,4% | 15,2% | 23,3% | 16,8% | 19,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D8B_1. ¿Ocupación actual cabeza de familia? TRABAJA POR CUENTA PROPIA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Empresarios agrarios con 6 y más empleados | 0,1% | 0,0% | 0,4% | 0,0% | 0,0% | 0,1% | 0,3% |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados | 0,6% | 0,0% | 0,4% | 0,2% | 1,7% | 0,6% | 0,3% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,2% | 0,8% | 0,3% | 0,0% |
| Miembros de cooperativas agrarias | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 0,1% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados | 1,3% | 3,2% | 1,2% | 1,2% | 1,2% | 1,3% | 1,0% |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados | 3,7% | 3,2% | 3,5% | 3,9% | 3,7% | 3,7% | 3,4% |
| Empresarios/comerciantes sin empleados | 5,5% | 9,7% | 5,0% | 5,6% | 5,0% | 5,5% | 4,4% |
| Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc..) | 1,6% | 0,0% | 1,2% | 2,3% | 1,2% | 1,6% | 3,0% |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia | 1,6% | 1,6% | 1,2% | 1,4% | 2,5% | 1,6% | 1,0% |
| NS/NC | 85,1% | 82,3% | 87,2% | 85,2% | 83,4% | 85,1% | 86,5% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| D8B_1. ¿Ocupación actual cabeza de familia? TRABAJA POR CUENTA PROPIA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Empresarios agrarios con 6 y más empleados | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,3% |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,6% | 1,5% | 0,0% | 0,0% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | 0,3% | 4,8% | 1,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Miembros de cooperativas agrarias | 0,1% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 7,7% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados | 3,7% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 5,9% | 7,7% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes sin empleados | 5,5% | 4,8% | 0,5% | 4,8% | 14,1% | 0,0% | 0,0% |
| Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc..) | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 3,3% | 4,9% | 0,0% |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia | 1,6% | 4,8% | 2,0% | 3,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 85,1% | 85,7% | 96,0% | 87,9% | 74,4% | 79,7% | 97,7% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D8B_1. ¿Ocupación actual cabeza de familia? TRABAJA POR CUENTA PROPIA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferia | 12. Romared | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|------------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Empresarios agrarios con 6 y más empleados | 0,1% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios agrarios con 1 a 5 empleados | 0,6% | 4,6% | 0,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | 0,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,0% | 0,0% |
| Miembros de cooperativas agrarias | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios/comerciantes con 6 y más empleados | 1,3% | 0,0% | 2,5% | 0,6% | 2,6% | 1,1% | 0,0% | 5,1% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 4,3% | 0,0% | 3,8% |
| Empresarios/comerciantes con 1 a 5 empleados | 3,7% | 7,7% | 5,0% | 4,4% | 2,6% | 3,2% | 4,3% | 2,6% | 4,3% | 6,1% | 1,1% | 1,7% | 4,3% | 1,0% | 5,7% |
| Empresarios/comerciantes sin empleados | 5,5% | 3,1% | 6,3% | 9,4% | 2,6% | 6,3% | 2,9% | 7,7% | 4,3% | 8,2% | 2,3% | 5,1% | 2,1% | 4,8% | 7,5% |
| Profesionales/técnicos cuenta propia (médicos, etc..) | 1,6% | 1,5% | 6,3% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 3,4% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 1,9% |
| Trabajadores manuales/artesanos cuenta propia | 1,6% | 3,1% | 0,0% | 1,3% | 2,6% | 0,0% | 2,9% | 2,6% | 6,4% | 2,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 1,9% | 1,9% |
| NS/NC | 85,1% | 78,5% | 80,0% | 82,4% | 89,5% | 87,4% | 88,4% | 82,1% | 83,0% | 79,6% | 92,0% | 91,5% | 85,1% | 89,4% | 79,2% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

| D8B_2. ¿Ocupación actual cabeza de familia? TRABAJA POR CUENTA AJENA | Total | Cruce por edad | | | | Cruce por sexo | |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|----------------|---------------|
| | | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años | Hombre | Mujer |
| Direc. empresas públicas y privadas 25 y + trab | 1,6% | 1,6% | 3,1% | 0,7% | 1,7% | 2,7% | 1,1% |
| Direc. empresas públicas y privadas, menos de 25 trab | 1,3% | 1,6% | 0,8% | 2,1% | 0,4% | 2,7% | 0,7% |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 10,0% | 14,5% | 12,0% | 9,5% | 7,5% | 10,1% | 9,9% |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 13,3% | 16,1% | 14,0% | 15,5% | 7,9% | 15,2% | 12,5% |
| Capataces, encargados, suboficiales ejército | 4,0% | 3,2% | 3,1% | 3,2% | 6,6% | 5,4% | 3,4% |
| Agentes comerciales, representantes | 2,9% | 0,0% | 5,0% | 3,0% | 1,2% | 3,7% | 2,6% |
| Administrativos | 7,8% | 8,1% | 10,5% | 8,1% | 4,1% | 7,4% | 7,9% |
| Obreros especializados, número Guardia Civil y Policía | 17,0% | 14,5% | 18,2% | 18,8% | 13,3% | 18,6% | 16,4% |
| Vendedores, dependientes | 3,9% | 1,6% | 4,3% | 3,0% | 5,8% | 1,7% | 4,9% |
| Empleados subalternos (conserjes, etc..) | 2,1% | 3,2% | 0,4% | 2,6% | 2,9% | 1,4% | 2,4% |
| Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico | 12,0% | 12,9% | 9,7% | 10,9% | 16,2% | 9,8% | 12,9% |
| Jornaleros del campo | 0,7% | 1,6% | 0,0% | 0,5% | 1,7% | 0,7% | 0,7% |
| Oro personal no cualificado | 2,6% | 3,2% | 1,2% | 2,3% | 4,6% | 0,7% | 3,4% |
| NS/NC | 20,7% | 17,7% | 17,8% | 19,7% | 26,1% | 19,9% | 21,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por perfil socioeconómico

| D8B_2. ¿Ocupación actual cabeza de familia? TRABAJA POR CUENTA AJENA | Total | Baja | Media-baja | Media | Media-alta | Alta | NS/NC |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Direc. empresas públicas y privadas 25 y + trab | 1,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,4% | 9,8% | 2,3% |
| Direc. empresas públicas y privadas, menos de 25 trab | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 1,1% | 6,3% | 0,0% |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 10,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 4,4% | 60,8% | 0,0% |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 13,3% | 0,0% | 0,0% | 3,5% | 44,8% | 0,0% | 0,0% |
| Capataces, encargados, suboficiales ejército | 4,0% | 0,0% | 3,5% | 7,3% | 3,7% | 0,0% | 0,0% |
| Agentes comerciales, representantes | 2,9% | 0,0% | 0,0% | 5,4% | 4,4% | 0,0% | 0,0% |
| Administrativos | 7,8% | 0,0% | 0,0% | 14,0% | 11,9% | 0,0% | 2,3% |
| Obreros especializados, número Guardia Civil y Policía | 17,0% | 0,0% | 19,4% | 41,1% | 0,4% | 0,0% | 0,0% |
| Vendedores, dependientes | 3,9% | 0,0% | 0,0% | 11,8% | 0,7% | 0,0% | 0,0% |
| Empleados subalternos (conserjes, etc..) | 2,1% | 4,8% | 9,0% | 0,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico | 12,0% | 33,3% | 53,7% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Jornaleros del campo | 0,7% | 28,6% | 0,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Oro personal no cualificado | 2,6% | 19,0% | 10,9% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| NS/NC | 20,7% | 14,3% | 3,0% | 14,6% | 28,1% | 23,1% | 95,3% |
| TOTAL | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por zona de residencia

| D8A_2. ¿Cuál es su actual ocupación? TRABAJA POR CUENTA AJENA | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Mad.-Del. | 4. Gran Vía-Fern. Catól. | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almozar a | 8. Oliver-Vald. | 9. Torrero-Pto .V. | 10. Actur | 11. Periferi a | 12. Romare d | 13. Arrabal | 14. Cas.-Vald. | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------|--------------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|--------------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----------------|-------------------|
| Direc. empresas públicas y privadas 25 y + trab | 1,6% | 6,2% | 3,8% | 0,6% | 2,6% | 3,2% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 4,3% | 0,0% | 1,9% |
| Direc. empresas públicas y privadas, menos de 25 trab | 1,3% | 0,0% | 1,3% | 1,3% | 0,0% | 1,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 2,0% | 3,4% | 3,4% | 0,0% | 1,0% | 3,8% |
| Mandos superiores/empleados nivel superior de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 10,0% | 12,3% | 18,8% | 8,8% | 21,1% | 6,3% | 7,2% | 0,0% | 4,3% | 6,1% | 6,8% | 10,2% | 17,0% | 8,7% | 17,0% |
| Mandos intermedios/empleados nivel medio de empresas, admón.. pública y oficiales ejército | 13,3% | 15,4% | 10,0% | 11,9% | 15,8% | 15,8% | 2,9% | 23,1% | 14,9% | 6,1% | 22,7% | 13,6% | 12,8% | 7,7% | 20,8% |
| Capataces, encargados, suboficiales ejército | 4,0% | 4,6% | 6,3% | 3,1% | 0,0% | 2,1% | 2,9% | 10,3% | 4,3% | 4,1% | 4,5% | 5,1% | 6,4% | 4,8% | 0,0% |
| Agentes comerciales, representantes | 2,9% | 3,1% | 0,0% | 2,5% | 5,3% | 2,1% | 4,3% | 10,3% | 6,4% | 0,0% | 2,3% | 5,1% | 2,1% | 2,9% | 0,0% |
| Administrativos | 7,8% | 13,8% | 6,3% | 10,1% | 13,2% | 6,3% | 1,4% | 7,7% | 4,3% | 6,1% | 6,8% | 1,7% | 19,1% | 5,8% | 9,4% |
| Obreros especializados, número Guardia Civil y Policía | 17,0% | 6,2% | 7,5% | 19,5% | 10,5% | 20,0% | 27,5% | 15,4% | 19,1% | 14,3% | 17,0% | 22,0% | 10,6% | 20,2% | 18,9% |
| Vendedores, dependientes | 3,9% | 1,5% | 1,3% | 4,4% | 2,6% | 4,2% | 4,3% | 7,7% | 2,1% | 2,0% | 5,7% | 6,8% | 2,1% | 6,7% | 0,0% |
| Empleados subalternos (conserjes, etc..) | 2,1% | 3,1% | 3,8% | 0,6% | 2,6% | 3,2% | 2,9% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 3,4% | 1,7% | 2,1% | 2,9% | 0,0% |
| Obreros sin especializar, peones, servicio doméstico | 12,0% | 7,7% | 8,8% | 13,8% | 2,6% | 13,7% | 15,9% | 5,1% | 14,9% | 30,6% | 9,1% | 10,2% | 4,3% | 16,3% | 5,7% |
| Jornaleros del campo | 0,7% | 0,0% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,0% | 2,1% | 0,0% | 0,0% | 1,7% | 0,0% | 1,0% | 1,9% |
| Oro personal no cualificado | 2,6% | 4,6% | 1,3% | 1,9% | 5,3% | 2,1% | 10,1% | 2,6% | 0,0% | 2,0% | 1,1% | 5,1% | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| NS/NC | 20,7% | 21,5% | 31,3% | 20,1% | 18,4% | 20,0% | 18,8% | 17,9% | 25,5% | 26,5% | 17,0% | 11,9% | 19,1% | 20,2% | 20,8% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Tablas cruces: Edad, Sexo, Perfil socioeconómico y Zonas de residencia

Cruce por edad

| D8B_2_CLASE_ECO. Det. clase socioeconómica: sustentador principal (estudios y trabajo) | Total | Entre 18 y 29 años | Entre 30 y 45 años | Entre 46 y 65 años | Más de 65 años |
|--|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| Baja | 2,1% | 0,0% | 0,4% | 1,4% | 5,6% |
| Media-baja | 19,9% | 20,3% | 11,2% | 18,6% | 31,3% |
| Media | 31,3% | 31,3% | 33,6% | 31,4% | 28,9% |
| Media-alta | 27,0% | 21,9% | 32,4% | 31,7% | 14,5% |
| Alta | 14,2% | 18,8% | 17,4% | 13,8% | 10,4% |
| NS/NC | 5,5% | 7,8% | 5,0% | 3,2% | 9,2% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por sexo

| D8B_2_CLASE_ECO. Det. clase socioeconómica: sustentador principal (estudios y trabajo) | Total | Hombre | Mujer |
|--|---------------|---------------|---------------|
| Baja | 2,1% | 1,0% | 2,5% |
| Media-baja | 19,9% | 15,1% | 22,0% |
| Media | 31,3% | 30,9% | 31,5% |
| Media-alta | 27,0% | 31,2% | 25,2% |
| Alta | 14,2% | 16,1% | 13,4% |
| NS/NC | 5,5% | 5,7% | 5,4% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

Cruce por zona de residencia

| D8B_2_CLASE_ECO. Det. clase socioeconómica: sustentador principal (estudios y trabajo) | 1. Casco histórico | 2. Centro | 3. Avenida Madrid-Delicias | 4. Gran Vía-Fernando el Católico | 5. San José | 6. Las Fuentes | 7. Almoza-ra | 8. Oliver-Valdefi-erro | 9. Torrero -Puerto Venecia | 10. Actur | 11. Periferi-a | 12. Romare-da | 13. Arrabal | 14. Casabla-nca-Valdesp-artera | 15. Otros barrios |
|--|--------------------|---------------|----------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|---------------|------------------------|----------------------------|---------------|----------------|---------------|---------------|--------------------------------|-------------------|
| Baja | 2,1% | 4,4% | 0,0% | 1,3% | 0,0% | 1,0% | 5,6% | 2,4% | 4,3% | 2,0% | 3,4% | 1,7% | 0,0% | 0,9% | 3,8% |
| Media-baja | 19,9% | 11,8% | 13,8% | 23,9% | 12,8% | 22,7% | 32,4% | 7,3% | 23,4% | 32,0% | 15,7% | 21,7% | 14,6% | 25,5% | 5,7% |
| Media | 31,3% | 22,1% | 15,0% | 31,4% | 35,9% | 30,9% | 35,2% | 48,8% | 42,6% | 30,0% | 32,6% | 35,0% | 22,9% | 37,7% | 26,4% |
| Media-alta | 27,0% | 35,3% | 27,5% | 27,7% | 17,9% | 28,9% | 11,3% | 36,6% | 19,1% | 28,0% | 34,8% | 28,3% | 27,1% | 20,8% | 34,0% |
| Alta | 14,2% | 19,1% | 35,0% | 12,6% | 23,1% | 9,3% | 8,5% | 2,4% | 6,4% | 4,0% | 5,6% | 11,7% | 29,2% | 9,4% | 30,2% |
| NS/NC | 5,5% | 7,4% | 8,8% | 3,1% | 10,3% | 7,2% | 7,0% | 2,4% | 4,3% | 4,0% | 7,9% | 1,7% | 6,3% | 5,7% | 0,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Base: 1.008 casos

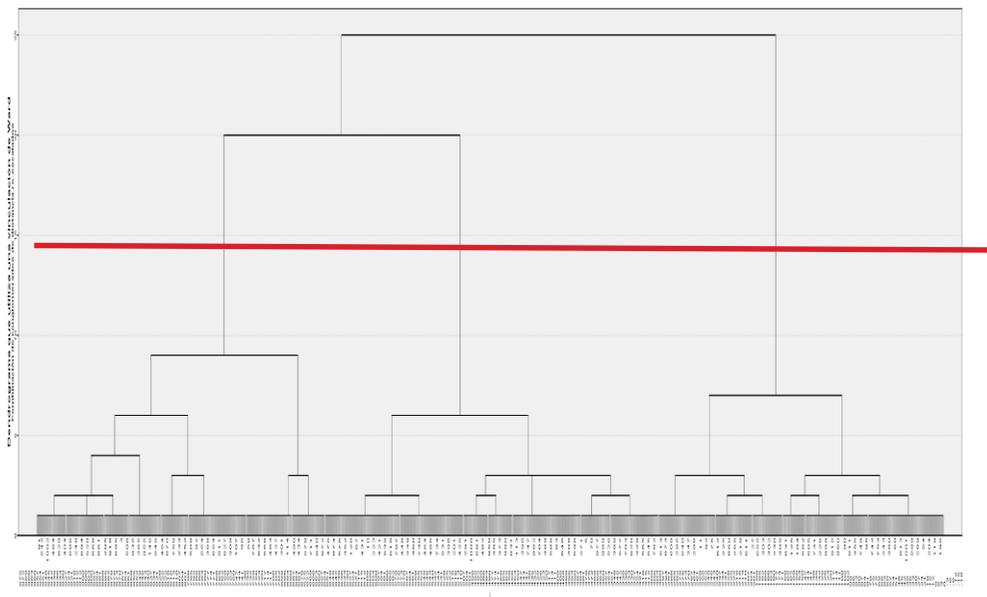
Análisis Cluster

INTRODUCCIÓN Y DESARROLLO ANÁLISIS

Análisis Cluster. Introducción y desarrollo análisis

Se ha realizado un **dendograma** con el objetivo de **determinar** el número de **grupos subyacentes**.

En base al análisis gráfico, la metodología utilizada y la población objeto de estudio consideramos que existe un total de **tres grupos** de clientes diferenciados.



Tamaño de los grupos

Hemos realizado un análisis clúster no jerárquico, que nos permite obtener la solución óptima, asignando cada individuo al grupo que presenta mayores similitudes. El **tamaño** de los grupos se detalla a continuación.

| Grupo | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|----------------|-------------------|----------------------|
| 1 | 404 | 42,2 % | 42,2 % | 42,2 % |
| 2 | 294 | 30,7 % | 30,7 % | 72,9 % |
| 3 | 259 | 27,1 % | 27,1 % | 100,0 % |
| Total | 957 | 100,0 % | 100,0 % | |

Análisis de la varianza

Antes de iniciar la caracterización de los grupos, debemos señalar que se ha realizado una **prueba estadísticas**, con el objetivo de **verificar** que los **segmentos** obtenidos a través de este análisis clúster son **heterogéneos** entre sí.

- **Análisis de la varianza:** Los resultados certifican de manera estadística, que existen diferencias significativas entre todos los grupos respecto al comportamiento de compra.

| ANOVA de un factor | | | | | | |
|--|--------------|----------|-----|----------|----------|------|
| Planifico y compro lo previsto | Inter-grupos | 1493,443 | 2 | 746,722 | 928,722 | ,000 |
| | Intra-grupos | 767,046 | 954 | ,804 | | |
| | Total | 2260,489 | 956 | | | |
| Planifico pero también compra imprevista | Inter-grupos | 434,532 | 2 | 217,266 | 129,511 | ,000 |
| | Intra-grupos | 1600,417 | 954 | 1,678 | | |
| | Total | 2034,949 | 956 | | | |
| Busco producto oferta y promoción | Inter-grupos | 155,678 | 2 | 77,839 | 41,074 | ,000 |
| | Intra-grupos | 1807,904 | 954 | 1,895 | | |
| | Total | 1963,582 | 956 | | | |
| Compro en rebajas | Inter-grupos | 185,421 | 2 | 92,711 | 46,908 | ,000 |
| | Intra-grupos | 1885,509 | 954 | 1,976 | | |
| | Total | 2070,930 | 956 | | | |
| No planifico, elijo en el establecimiento | Inter-grupos | 480,789 | 2 | 240,394 | 125,741 | ,000 |
| | Intra-grupos | 1823,884 | 954 | 1,912 | | |
| | Total | 2304,673 | 956 | | | |
| Busco en Internet, pero compro en tienda física | Inter-grupos | 2205,434 | 2 | 1102,717 | 1996,780 | ,000 |
| | Intra-grupos | 526,844 | 954 | ,552 | | |
| | Total | 2732,278 | 956 | | | |
| Miro en comercios pero compro por internet | Inter-grupos | 8,445 | 2 | 4,222 | 31,694 | ,000 |
| | Intra-grupos | 127,091 | 954 | ,133 | | |
| | Total | 135,536 | 956 | | | |
| Busco opiniones en Internet antes de comprar | Inter-grupos | 411,705 | 2 | 205,853 | 221,285 | ,000 |
| | Intra-grupos | 887,469 | 954 | ,930 | | |
| | Total | 1299,175 | 956 | | | |
| Comparto con otros usuario de Internet mis gustos y experiencias | Inter-grupos | 22,846 | 2 | 11,423 | 43,184 | ,000 |
| | Intra-grupos | 252,346 | 954 | ,265 | | |
| | Total | 275,191 | 956 | | | |

Análisis Cluster
CARACTERIZACIÓN DE LOS SEGMENTOS

Análisis Cluster: Grupo I- “Los planificadores”

Grupo I- “Los planificadores”

- Este grupo se **caracteriza fundamentalmente por planificar las compras y comprar lo previsto (4,32)** aunque también reconoce que pese a planificar realizan compras imprevistas (3,44).
- Este segmento muestra una **predisposición favorable** a la búsqueda de **productos en oferta y promoción (3.67)**.
- Este grupo adoptar una **posición neutral (3,08)** respecto a la **compra** de productos en **periodo de rebajas**.
- **No utilice Internet** ni para **buscar información, ni comprar ni compartir información** con otros usuarios.

Características comercio ideal

- Para este segmento , al igual que los otros dos, lo **más importante** en su idea de **comercio ideal, es el precio (buen precio, buena relación calidad precio**. Por encima del 4,5)
- Los otros aspectos que también valoran en gran medida respecto a su idea de comercio ideal son:
 - **Buena experiencia de compra (4,53)**.
 - **Atención personalizada (4,38)**.
 - **Confianza que transmita el comercial (4,24)**.
- Este segmento es el que menos valora la posibilidad de realizar comunicaciones o compras a través de Internet.
- Aspectos como el comercio disponga de marcas conocidas o el diseño e interiorismo reciben puntuaciones neutrales (3,23 y 3,19 respectivamente).

| Comportamiento de compra | Grupo I Media |
|--|------------------|
| Planifico y compro lo previsto | 4,32 |
| Planifico pero también compra imprevista | 3,44 |
| Busco producto oferta y promoción | 3,67 |
| Compro en rebajas | 3,08 |
| No planifico, elijo en el establecimiento | 1,66 |
| Busco en Internet, pero compro en tienda física | 1,10 |
| Miro en comercios pero compro por internet | 1,02 |
| Busco opiniones en Internet antes de comprar | 1,05 |
| Comparto con otros usuario de Internet mis gustos y experiencias | 1,02 |

| Características comercio ideal | Grupo I Media |
|--------------------------------|------------------|
| Buen precio | 4,57 |
| Confianza en comerciante | 4,24 |
| Buena experiencia de compra | 4,53 |
| Buena relación calidad-precio | 4,68 |
| Atención personalizada | 4,38 |
| Marcas conocidas | 3,23 |
| Diseño/interiorismo | 3,19 |
| Canal de compra on-line | 1,21 |
| Comunicación on-line | 1,22 |

Análisis Cluster: Grupo I- “Los planificadores”

Valoración equipamiento comercial de su zona de residencia

- La valoración del **equipamiento comercial de su zona** de residencia es en términos generales **muy positiva**, al igual que ocurre con los otros dos grupos.
- El aspecto más valorado por este grupo es la **adecuación de los horarios** (4,25).
- Seguido muy de cerca en orden de importancia de:
 - **Calidad de los productos** (4,24).
 - **Trato del comerciante** (4,23).
 - **Asesoramiento del vendedor** (4,07).
 - **Servicios** (4,08).
- Aspectos como:
 - La variedad de comercios.
 - La modernidad de comercios.
 - Atractivo de escaparates.
 - Nivel de precios.

Reciben puntuaciones favorables pero de forma más moderada (entre 3,5 y 4)

Acciones que podrían afectar a su compras en su zona de residencia

- Para este segmento son tres las **principales medidas** que se pueden llevar a cabo y que podrían **influir en el comportamiento de compra** de este segmento:
 - **Mejora del equipamiento comercial** (3,83).
 - **Actividades promocionales conjuntas** (3,65).
 - **Mayor seguridad ciudadana** (3,64).
- Mientras que **Mejora de la señalización comercial y Más calles peatonales** muestran en términos generales para este grupo **posiciones neutrales**.
- Las acciones con **menor valoración** por parte de este segmento son:
 - **Ampliación horario comercial** (2,52).
 - **Actividades de Animación** (2,89).

| Valoración equipamiento comercial de su zona de residencia | Grupo I Medía |
|--|------------------|
| Variedad de comercios | 3,87 |
| Modernidad comercios | 3,64 |
| Trato comerciante | 4,23 |
| Adecuación horarios | 4,25 |
| Calidad de los productos | 4,24 |
| Atractivo escaparates | 3,75 |
| Asesoramiento del vendedor | 4,07 |
| Nivel de precios | 3,77 |
| Servicios | 4,08 |

| Acciones que podrían afectar a su compras en su zona de residencia | Grupo I Medía |
|--|------------------|
| Actividades promocionales conjuntas | 3,65 |
| Mejora señalización comercial | 3,33 |
| Más calles peatonales | 3,08 |
| Más disponibilidad de aparcamiento | 3,45 |
| Ampliación el horario comercial | 2,52 |
| Actividades de animación | 2,89 |
| Mejora equipamiento urbano | 3,83 |
| Mayor seguridad ciudadana | 3,64 |
| Actividades promocionales conjuntas | 3,65 |

Análisis Cluster: Grupo I- “Los planificadores”

Perfil socio demográfico

Edad y género:

- Este segmento muestra una **edad media de 59,8** ocupando la posición intermedia en este ámbito respecto a los otros grupos, si bien se encuentra sustancialmente más próximo al grupo con una mayor edad media (61,95).
- Es el grupo donde las **mujeres tienen un mayor peso (79,5%)**.

Lugar de origen:

- La mayor parte de los entrevistados, como en todos los grupos (en proporciones similares) su lugar de origen es **España, Aragón y Zaragoza**.

| Sexo | | Grupo I |
|---------------|---------------------------|---------|
| Hombre | Recuento | 83 |
| | % dentro de Grupo cluster | 20,5% |
| Mujer | Recuento | 321 |
| | % dentro de Grupo cluster | 79,5% |

| Edad Media Entrevistado | Grupo I |
|-------------------------|---------|
| Media | 59,80 |

| Lugar de origen | | Grupo I | |
|---------------------------|--------------------|---------------------------|-------|
| País | España | Recuento | 385 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 95,3% |
| | Otro | Recuento | 15 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 3,7% |
| | No definido | Recuento | 4 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 1,0% |
| Comunidad Autónoma | Aragón | Recuento | 320 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 79,2% |
| | Otro | Recuento | 66 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 16,3% |
| | No definido | Recuento | 18 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 4,40% |
| Municipio | Zaragoza | Recuento | 290 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 71,8% |
| | Otro | Recuento | 29 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 7,2% |
| | No definido | Recuento | 85 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 21,0% |

Análisis Cluster: Grupo I- “Los planificadores”

Perfil socio demográfico

Composición del hogar:

Es el segmento con una **composición del hogar** que podríamos definir intermedia respecto al resto de los grupos, tanto en términos de **número de personas en el hogar** (2,61) como el **número de personas de más de 65 años como menores de 18**.

El **número de personas con ingresos se sitúa en 1,36**.

El **entrevistado ocupa principalmente** una posición en el hogar de **sustentador principal** (46,8%) aunque **seguido muy de cerca** la proporción de entrevistados que vive en el hogar con **otros sustentador principal** (43,3%).

Formación:

A nivel formativo este segmento también adopta una posición intermedia respecto al resto de grupos, con un **predominio de un individuos con una formación de segundo grado**, tanto de primer (21%) como segundo ciclo (29,7%).

| Composición del hogar Grupo I | Media |
|-------------------------------|-------|
| Número personas en hogar | 2,61 |
| Número personas de +65 | 0,67 |
| Número personas de -18 | 0,48 |
| Número personas con ingresos | 1,56 |

| Posición en el hogar | | Grupo I |
|--|---------------------------|---------|
| Principal sustentador | Recuento | 189 |
| | % dentro de Grupo cluster | 46,8% |
| Otro principal sustentador | Recuento | 175 |
| | % dentro de Grupo cluster | 43,3% |
| 2 personas principales sustentadores por igual | Recuento | 37 |
| | % dentro de Grupo cluster | 9,2% |
| No definido | Recuento | 3 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,7% |

| Formación Grupo I | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|
| Analfabeto | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,0% | 0,0% |
| Sin estudios | Recuento | 21 | 16 |
| | % dentro de Grupo cluster | 5,2% | 4,0% |
| Primer Grado | Recuento | 72 | 78 |
| | % dentro de Grupo cluster | 17,8% | 19,3% |
| Segundo Grado 1º ciclo | Recuento | 85 | 73 |
| | % dentro de Grupo cluster | 21,0% | 18,1% |
| Segundo Grado 2º ciclo | Recuento | 120 | 107 |
| | % dentro de Grupo cluster | 29,7% | 26,5% |
| Tercer Grado 1º ciclo | Recuento | 37 | 43 |
| | % dentro de Grupo cluster | 9,2% | 10,6% |
| Tercer Grado 2º ciclo | Recuento | 62 | 60 |
| | % dentro de Grupo cluster | 15,3% | 14,9% |
| No definido | Recuento | 7 | 27 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,7% | 0 |

Análisis Cluster: Grupo I- “Los planificadores”

Perfil socio demográfico

Situación laboral:

Existe dos situaciones predominantes entre los **entrevistados**: los que se encuentran **trabajando actualmente** (36%) y los **retirados pensionistas** (34,4%). Destaca también un porcentaje importante de entrevistados que se **dedican a su labor** (18,2%).

Por lo que respecta a la situación laboral del **cabeza de familia**, la mayor parte de los mismos **son pensionistas** (45,3%) seguidos de cerca de los se encuentran **trabajando actualmente** (44,8).

| Situación Laboral Grupo I | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|---|---------------------------|--------------|-------------------|
| Trabaja actualmente | Recuento | 148 | 181 |
| | % dentro de Grupo cluster | 36,6% | 44,8% |
| Retirado/ pensionista | Recuento | 139 | 183 |
| | % dentro de Grupo cluster | 34,4% | 45,3% |
| Parado, ha trabajado anteriormente | Recuento | 33 | 14 |
| | % dentro de Grupo cluster | 8,2% | 3,5% |
| Parada, busca su 1º trabajo | Recuento | 1 | 1 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,2% | 0,2% |
| Estudiante (No trabaja) | Recuento | 4 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,0% | 0,0% |
| Sus labores (No trabaja) | Recuento | 73 | 7 |
| | % dentro de Grupo cluster | 18,1% | 1,7% |
| No definido | Recuento | 6 | 18 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,5% | 4,5% |

Análisis Cluster: Grupo I- “Los planificadores”

Perfil socio demográfico

Empleo Entrevistados:

- Cuenta propia: Destacan los empresarios sin empleados (39,6%), empresario con uno o cinco empleados (31,3%).
- Cuenta ajena: Dos posiciones son las que acaparan una mayor frecuencia relativas, los empleados subalternos (21,1%) y los administrativos (18,4%).

Empleo cabeza de familia:

Presentan empleos muy similares al de los entrevistados.

- Cuenta propia: Las profesiones con mayor peso son los empresario con uno o cinco empleados (36,1%) y empresarios sin empleados (34,4%).
- Cuenta ajena: Dos puestos de trabajo abarcan una mayor frecuencia relativas, los empleados subalternos (20,4%) y los administrativos (22%).

| Empleo Cuenta Propia Grupo I | | Entrevistad o | Cabeza de familia |
|---|---------------------------|------------------|----------------------|
| Empresario agrario 6 o más empleados | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios agrarios 1 a 5 empleados | Recuento | 3 | 3 |
| | % dentro de Grupo cluster | 6,3% | 4,9% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | Recuento | 1 | 2 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,1% | 3,3% |
| Empresario o comerciante 6 o mas empelados | Recuento | 2 | 4 |
| | % dentro de Grupo cluster | 4,2% | 6,6% |
| Empresario o comerciante 1 a 5 empleados | Recuento | 15 | 22 |
| | % dentro de Grupo cluster | 31,3% | 36,1% |
| Empresario o comerciante sin empleados | Recuento | 19 | 21 |
| | % dentro de Grupo cluster | 39,6% | 34,4% |
| Profesionales cuenta propia | Recuento | 4 | 3 |
| | % dentro de Grupo cluster | 8,3% | 4,9% |
| Trabajadores manuales | Recuento | 4 | 6 |
| | % dentro de Grupo cluster | 8,3% | 9,8% |

| Empleo Ajena Propia Grupo I | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|---|---------------------------|--------------|----------------------|
| Direc. empresa publica o privada mas de 25 empelados | Recuento | 2 | 2 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,8% | 0,7% |
| Empleados subalternos | Recuento | 56 | 62 |
| | % dentro de Grupo cluster | 21,1% | 20,4% |
| Obreros sin especializar | Recuento | 1 | 2 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,4% | 0,7% |
| Jornaleros del campo | Recuento | 15 | 15 |
| | % dentro de Grupo cluster | 5,6% | 4,9% |
| Direc. empresa pública o privada menos de 25 empleados | Recuento | 24 | 28 |
| | % dentro de Grupo cluster | 9,0% | 9,2% |
| Mando superior | Recuento | 38 | 40 |
| | % dentro de Grupo cluster | 14,3% | 13,2% |
| Mando intermedio | Recuento | 4 | 12 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,5% | 3,9% |
| Capataces, encargados | Recuento | 7 | 13 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,6% | 4,3% |
| Agente comercial | Recuento | 33 | 32 |
| | % dentro de Grupo cluster | 12,4% | 10,5% |
| Administrativo | Recuento | 49 | 67 |
| | % dentro de Grupo cluster | 18,4% | 22,0% |
| Obreros | Recuento | 28 | 18 |
| | % dentro de Grupo cluster | 10,5% | 5,9% |
| Vendedores | Recuento | 9 | 13 |
| | % dentro de Grupo cluster | 3,4% | 4,3% |

Análisis Cluster: Grupo II- “Los buscadores”

Grupo II- “Los buscadores”:

- Este segmento destaca por **buscar información** de los productos en **Internet** para luego comprar en tiendas físicas.
- Le **gusta planificar** sus **compras** y **compra** principalmente lo **previsto**, sin embargo indica que **también realiza en ocasiones** compras **imprevistas**.
- Muestra **cierta preferencia** hacia la **búsqueda** de productos en **oferta y promoción**. Adopta una **posición neutral** respecto a la **compra** de productos en **periodo de rebajas**.
- En el segmento que **más busca opiniones** de otros consumidores en **internet** antes de comprar.

Características comercio ideal

- El **factor más importante** para este segmento a la hora de definir un **comercio ideal** es el precio (buen precio, buena relación calidad precio. Ambos con puntuaciones superiores a 4,50).
- Seguido por orden de importancia de una **buena experiencia de compra** y una **atención personalizada**.
- Además es el **segmento que más valora** que el punto de venta disponga de **marcas conocidas**, el **diseño e interiorismo** del establecimiento y la posibilidad de **realizar compras o comunicaciones a través de Internet**. Si bien estas puntuaciones tienden más a una **valoración neutral** (oscilan entre 2,5 y 3,5).

| Comportamiento de compra | Grupo II Medía |
|--|-------------------|
| Planifico y compro lo previsto | 4,01 |
| Planifico pero también compra imprevista | 3,35 |
| Busco producto oferta y promoción | 3,41 |
| Compro en rebajas | 3,17 |
| No planifico, elijo en el establecimiento | 1,93 |
| Busco en Internet, pero compro en tienda física | 4,52 |
| Miro en comercios pero compro por internet | 1,23 |
| Busco opiniones en Internet antes de comprar | 2,49 |
| Comparto con otros usuario de Internet mis gustos y experiencias | 1,36 |

| Características comercio ideal | Grupo II Medía |
|--------------------------------|-------------------|
| Buen precio | 4,55 |
| Confianza en comerciante | 4,02 |
| Buena experiencia de compra | 4,53 |
| Buena relación calidad-precio | 4,69 |
| Atención personalizada | 4,27 |
| Marcas conocidas | 3,42 |
| Diseño/interiorismo | 3,36 |
| Canal de compra on-line | 2,29 |
| Comunicación on-line | 2,52 |

Análisis Cluster: Grupo II- “Los buscadores”

Valoración equipamiento comercial de su zona de residencia

- Al igual que en los otros segmentos la **valoración equipamiento comercial de su zona** de residencia presenta unas puntuaciones **muy altas**.
- Destacando principalmente:
 - La **calidad de los productos** (4,18).
 - La **adecuación de los horarios** (4,18).
 - El **trato del comerciante** (4,17).
 - El **asesoramiento del vendedor** (4,09).
 - Los **servicios** (4,09).
- Aspectos como:
 - La **variedad de comercios**.
 - La **modernidad de comercios**.
 - **Atractivo de escaparates**.
 - **Nivel de precios**.
- Reciben **puntuaciones favorables** pero de forma **más moderada** (entre 3,5 y 4).

| Valoración equipamiento comercial de su zona de residencia | Grupo II Media |
|--|-------------------|
| Variedad de comercios | 3,82 |
| Modernidad comercios | 3,51 |
| Trato comerciante | 4,17 |
| Adecuación horarios | 4,18 |
| Calidad de los productos | 4,18 |
| Atractivo escaparates | 3,65 |
| Asesoramiento del vendedor | 4,09 |
| Nivel de precios | 3,64 |
| Servicios | 4,09 |

Acciones que podrían afectar a su compras en su zona de residencia

- Las **medidas** que podrían llevar a cabo comercios que **más** podrían **afectar** al **comportamiento** de compra, con puntuaciones ligeramente favorables, son:
 - La **realización de actividades promocionales conjunta**.
 - La **mejora del equipamiento urbano**.
 - **Aumento de la seguridad ciudadana**.
 - **Mayor disponibilidad de aparcamiento**.
- La **ampliación de horarios comerciales** es la **acción menos valorada** (2,56).
- Las siguientes actividades registran en términos generales para este grupo **posiciones neutrales**:
 - **Mejora de la señalización comercial**.
 - **Actividades de animación**.
 - **Más calles peatonales**.

| Acciones que podrían afectar a su compras en su zona de residencia | Grupo II Media |
|--|-------------------|
| Actividades promocionales conjuntas | 3,73 |
| Mejora señalización comercial | 3,27 |
| Más calles peatonales | 3,16 |
| Más disponibilidad de aparcamiento | 3,42 |
| Ampliación el horario comercial | 2,56 |
| Actividades de animación | 3,08 |
| Mejora equipamiento urbano | 3,69 |
| Mayor seguridad ciudadana | 3,47 |
| Actividades promocionales conjuntas | 3,73 |

Análisis Cluster: Grupo II- “Los buscadores”

Perfil socio demográfico

Edad y género:

Es el grupo con la **media de edad más baja** de todos los grupos (50,17), que es el **grupo** donde los **hombres tienen un mayor peso, sin embargo** sigue existiendo un ligero **predominio de mujeres** (60% aproximadamente).

Lugar de origen:

La mayor parte de los entrevistados, como en todos los grupos (en proporciones similares) su lugar de origen es **España, Aragón y Zaragoza**.

| Sexo | | Grupo II |
|---------------|---------------------------|----------|
| Hombre | Recuento | 116 |
| | % dentro de Grupo cluster | 39,5% |
| Mujer | Recuento | 178 |
| | % dentro de Grupo cluster | 60,5% |

| Edad Media Entrevistado | Grupo II |
|-------------------------|----------|
| Media | 50,17 |

| Lugar de origen | | Grupo II | |
|---------------------------|--------------------|---------------------------|--------|
| País | España | Recuento | 277 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 94,2% |
| | Otro | Recuento | 14 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 4,8% |
| | No definido | Recuento | 3 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 1,0% |
| Comunidad Autónoma | Aragón | Recuento | 236 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 80,3% |
| | Otro | Recuento | 41 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 13,9% |
| | No definido | Recuento | 17 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 5,80% |
| Municipio | Zaragoza | Recuento | 217 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 73,8% |
| | Otro | Recuento | 19 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 6,5% |
| | No definido | Recuento | 58 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 19,70% |

Análisis Cluster: Grupo II- “Los buscadores”

Perfil socio demográfico

Composición del hogar:

Viven en los **hogares con mayor tamaño** (3,10 individuos), **más jóvenes** (grupo con menos personas de más de 65 años y con más personas de menos de 18) y donde viven **mayor número de personas con ingresos** (casi 2).

La mayor parte de los entrevistados ocupan **una posición en el hogar**, donde **otra persona** es el **sustentador principal (46,9%)**, sin embargo la proporción de individuos donde el **entrevistado es el sustentado principal** le sigue muy de cerca (**39,1%**).

Formación:

Es el grupo donde tanto el **nivel de formación del entrevistado** como el del **cabeza de familia es superior** (poseen una **formación de tercer ciclo segundo grado más del 30%** de los miembros este grupo).

| Composición del hogar Grupo II | | Media |
|--|---------------------------|----------|
| Número personas en hogar | | 3,10 |
| Número personas de +65 | | 0,20 |
| Número personas de -18 | | 0,76 |
| Número personas con ingresos | | 1,96 |
| Posición en el hogar | | Grupo II |
| Principal sustentador | Recuento | 115 |
| | % dentro de Grupo cluster | 39,1% |
| Otro principal sustentador | Recuento | 138 |
| | % dentro de Grupo cluster | 46,9% |
| 2 personas principales sustentadores por igual | Recuento | 36 |
| | % dentro de Grupo cluster | 12,2% |
| No definido | Recuento | 5 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,7% |

| Formación Grupo II | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|
| Analfabeto | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,0% | 0,0% |
| Sin estudios | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,0% | 0,0% |
| Primer Grado | Recuento | 3 | 11 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,0% | 3,7% |
| Segundo Grado 1° ciclo | Recuento | 29 | 29 |
| | % dentro de Grupo cluster | 9,9% | 9,9% |
| Segundo Grado 2° ciclo | Recuento | 122 | 101 |
| | % dentro de Grupo cluster | 41,5% | 34,4% |
| Tercer Grado 1° ciclo | Recuento | 41 | 37 |
| | % dentro de Grupo cluster | 13,9% | 12,6% |
| Tercer Grado 2 ciclo | Recuento | 96 | 105 |
| | % dentro de Grupo cluster | 32,7% | 35,7% |
| No definido | Recuento | 3 | 11 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,0% | 3,7% |

Análisis Cluster: Grupo II- “Los buscadores”

Perfil socio demográfico

Situación laboral:

Entre los entrevistados, es el grupo formado por una **mayor población activa**, tanto los que **más trabajan actualmente** como los **parados**.

La **cabeza de familia** de este segmento se encuentra actualmente en una **situación laboral en términos generales favorable** (el 78,2% trabaja actualmente y el 15% son pensionistas).

| Situación Laboral Grupo II | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|---|---------------------------|--------------|-------------------|
| Trabaja actualmente | Recuento | 172 | 230 |
| | % dentro de Grupo cluster | 58,5% | 78,2% |
| Retirado/ pensionista | Recuento | 30 | 44 |
| | % dentro de Grupo cluster | 10,2% | 15,0% |
| Parado, ha trabajado anteriormente | Recuento | 48 | 10 |
| | % dentro de Grupo cluster | 16,3% | 3,4% |
| Parada, busca su 1º trabajo | Recuento | 1 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,3% | 0,0% |
| Estudiante (No trabaja) | Recuento | 17 | 2 |
| | % dentro de Grupo cluster | 5,8% | 0,7% |
| Sus labores (No trabaja) | Recuento | 23 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 7,8% | 0,0% |
| No definido | Recuento | 3 | 8 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,0% | 2,7% |

Análisis Cluster: Grupo II- “Los buscadores”

Perfil socio demográfico

Empleo Entrevistados:

Cuenta propia: Destacan los **empresarios sin empleados (40,5%), empresario con uno o cinco empleados y profesionales** de cuenta propia (ambos 21,6%).

Cuenta ajena: Se encuentran en términos generales en **una buena posición** ocupando en su mayor parte un **mando superior o la dirección de la empresa** (40% entre ambos partes del grupo). Destaca también una **importante parte de este grupo** trabaja como **agentes comerciales** (17,5%).

Empleo cabeza de familia:

Cuenta propia: Destacan los **empresarios o comerciantes sin empleados (36,8%)**seguidos por la importancia de **empresarios o comerciantes con uno a cinco trabajadores (23,7%)**.

Cuenta ajena: Ocupan una posición muy similar al de los entrevistados de este segmento con predominio de **mando superior y dirección de empresa** (entre ambos 45%)si bien en este caso el siguiente empleo con mayor frecuencia es el de **administrativo** (18%).

| Empleo Cuenta Propia Grupo II | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|---|---------------------------|--------------|-------------------|
| Empresario agrario 6 o más empleados | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,0% | 0,0% |
| Empresarios agrarios 1 a 5 empleados | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0% | 2,6% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | Recuento | 1 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,7% | 0% |
| Empresario o comerciante 6 o mas empelados | Recuento | 4 | 5 |
| | % dentro de Grupo cluster | 10,8% | 13,2% |
| Empresario o comerciante 1 a 5 empleados | Recuento | 8 | 9 |
| | % dentro de Grupo cluster | 21,6% | 23,7% |
| Empresario o comerciante sin empleados | Recuento | 15 | 14 |
| | % dentro de Grupo cluster | 40,5% | 36,8% |
| Profesionales cuenta propia | Recuento | 8 | 6 |
| | % dentro de Grupo cluster | 21,6% | 15,8% |
| Trabajadores manuales | Recuento | 1 | 3 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,7% | 7,9% |

| Empleo Cuenta Ajena Grupo II | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|---|---------------------------|--------------|-------------------|
| Direc. empresa publica o privada mas de 25 empelados | Recuento | 5 | 7 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,4% | 3,0% |
| Empleados subalternos | Recuento | 17 | 18 |
| | % dentro de Grupo cluster | 8,3% | 7,8% |
| Obreros sin especializar | Recuento | 0 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0% | 0% |
| Jornaleros del campo | Recuento | 2 | 1 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,0% | 0,4% |
| Direc. empresa pública o privada menos de 25 empleados | Recuento | 40 | 50 |
| | % dentro de Grupo cluster | 19,4% | 21,7% |
| Mando superior | Recuento | 45 | 55 |
| | % dentro de Grupo cluster | 21,8% | 23,9% |
| Mando intermedio | Recuento | 10 | 10 |
| | % dentro de Grupo cluster | 4,9% | 4,3% |
| Capataces, encargados | Recuento | 8 | 11 |
| | % dentro de Grupo cluster | 3,9% | 4,8% |
| Agente comercial | Recuento | 36 | 27 |
| | % dentro de Grupo cluster | 17,5% | 11,7% |
| Administrativo | Recuento | 26 | 42 |
| | % dentro de Grupo cluster | 12,6% | 18,3% |
| Obreros | Recuento | 14 | 7 |
| | % dentro de Grupo cluster | 6,8% | 3,0% |
| Vendedores | Recuento | 3 | 2 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,5% | 0,9% |

Análisis Cluster: Grupo III- “Los espontáneos”

Grupo III- “Los espontáneos”

- Este segmento se caracteriza por **no planificar** (puntuaciones inferiores al 2 en los ítems de planificación).
- **Decide** lo que compra cuando llega al **establecimiento** (3,35).
- **No** es un segmento que en términos generales **busque productos en oferta y promoción** ni **tampoco suelen comprar** en períodos de rebajas.
- **No** utilizan **Internet** ni para **buscar información** de productos o tiendas, **ni para comprar ni para compartir experiencias** con otros usuarios. Si bien muestran una **ligera mayor predisposición** al uso de Internet para **buscar información en la red que el grupo uno**.

Características comercio ideal

- A la hora de definir el **comercio ideal** este segmento al igual que ocurría en los otros dos, prioriza el **precio como factor fundamental** (tanto buen precio como buena relación calidad precio. Con puntuaciones superiores a 4,5).
- Otros aspectos con **puntuación elevada** son:
 - **Buena experiencia de compra** (4,41).
 - **Confianza en el comerciante** (4,07).
 - **Atención personalizada** (4,25).
- Este segmento **no valora** la posibilidad de realizar **comunicaciones o compras a través de internet**.
- Aspectos como el comercio disponga de **marcas conocidas** o el **diseño e interiorismo** reciben puntuaciones neutral.

| Comportamiento de compra | Grupo III Medía |
|--|--------------------|
| Planifico y compro lo previsto | 1,39 |
| Planifico pero también compra imprevista | 1,89 |
| Busco producto oferta y promoción | 2,69 |
| Compro en rebajas | 2,13 |
| No planifico, elijo en el establecimiento | 3,35 |
| Busco en Internet, pero compro en tienda física | 1,48 |
| Miro en comercios pero compro por internet | 1,04 |
| Busco opiniones en Internet antes de comprar | 1,11 |
| Comparto con otros usuario de Internet mis gustos y experiencias | 1,03 |

| Características comercio ideal | Grupo III Medía |
|--------------------------------|--------------------|
| Buen precio | 4,52 |
| Confianza en comerciante | 4,07 |
| Buena experiencia de compra | 4,41 |
| Buena relación calidad-precio | 4,63 |
| Atención personalizada | 4,25 |
| Marcas conocidas | 3,04 |
| Diseño/interiorismo | 3,12 |
| Canal de compra on-line | 1,29 |
| Comunicación on-line | 1,33 |

Análisis Cluster: Grupo III- “Los espontáneos”

Valoración equipamiento comercial de su zona de residencia

- Como ya ocurría con los dos anteriores grupos la **valoración del equipamiento comercial de su zona de residencia es muy favorable.**
- Presentan **puntuaciones superiores a cuatro:**
 - La **calidad de los productos.**
 - La **adecuación del horario.**
 - El **trato comerciante.**
 - El **asesoramiento del vendedor.**
 - El **nivel de servicio.**
- Aspectos como:
 - La **variedad de comercios.**
 - La **modernidad de comercios.**
 - **Atractivo de escaparates.**
 - **Nivel de precios.**
- Reciben **puntuaciones favorables** pero de forma **más moderada** (entre 3,5 y 4).

Acciones que podrían afectar a su compras en su zona de residencia

- Este es el grupo que registra una **menor valoración** en todas las acciones planteadas en la investigación que **podrían influir** en su comportamiento de compra, por lo que a priori se trata del grupo al que con mayor dificultad podría modificarse su “costumbres de compra”.
- Solo existen **tres afirmaciones con puntuaciones** muy próximas al **3,5:**
 - **Actividades promocionales conjuntas.**
 - **Mejora del equipamiento urbano.**
 - **Mayor seguridad ciudadana.**
- Medidas como la **mejora de la señalización comercial** así como una mayor **disponibilidad de aparcamiento** presentan una posición neutral por parte de este grupo.
- Mientras que las siguientes actividades registran puntuaciones por **debajo de 3**, es decir con una valoración desfavorable:
 - **Actividades de animación.**
 - **Más calles peatonales.**
 - **Ampliación del horario comercial.**

| Valoración equipamiento comercial de su zona de residencia | Grupo III Medía |
|--|--------------------|
| Variedad de comercios | 3,90 |
| Modernidad comercios | 3,66 |
| Trato comerciante | 4,22 |
| Adecuación horarios | 4,25 |
| Calidad de los productos | 4,25 |
| Atractivo escaparates | 3,76 |
| Asesoramiento del vendedor | 4,13 |
| Nivel de precios | 3,64 |
| | 4,01 |
| Acciones que podrían afectar a su compras en su zona de residencia | Grupo III Medía |
| Actividades promocionales conjuntas | 3,41 |
| Mejora señalización comercial | 3,00 |
| Más calles peatonales | 2,86 |
| Más disponibilidad de aparcamiento | 3,22 |
| Ampliación el horario comercial | 2,55 |
| Actividades de animación | 2,84 |
| Mejora equipamiento urbano | 3,44 |
| Mayor seguridad ciudadana | 3,40 |
| Actividades promocionales conjuntas | 3,41 |

Análisis Cluster: Grupo III- “Los espontáneos”

Perfil socio demográfico

Edad y género:

Es el grupo con una **edad media superior** (61,95 años).

Este segmento presenta un **peso relativo de las mujeres** sustancialmente **superior** 72,6% del grupo.

Lugar de origen:

La mayor parte de los entrevistados, como en todos los grupos (en proporciones similares) su lugar de origen es **España, Aragón y Zaragoza**.

| Sexo | | Grupo III |
|---------------|---------------------------|-----------|
| Hombre | Recuento | 71 |
| | % dentro de Grupo cluster | 27,4% |
| Mujer | Recuento | 188 |
| | % dentro de Grupo cluster | 72,6% |

| Edad Media Entrevistado | Grupo III |
|-------------------------|-----------|
| Media | 60,43 |

| Lugar de origen | | Grupo III | |
|---------------------------|--------------------|---------------------------|--------|
| País | España | Recuento | 250 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 96,5% |
| | Otro | Recuento | 7 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 2,7% |
| | No definido | Recuento | 2 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 0,8% |
| Comunidad Autónoma | Aragón | Recuento | 209 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 80,7% |
| | Otro | Recuento | 39 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 15,1% |
| | No definido | Recuento | 11 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 4,20% |
| Municipio | Zaragoza | Recuento | 181 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 69,9% |
| | Otro | Recuento | 28 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 10,8% |
| | No definido | Recuento | 50 |
| | | % dentro de Grupo cluster | 19,30% |

Análisis Cluster: Grupo III- “Los espontáneos”

Perfil socio demográfico

Composición del hogar:

- Los miembros del grupo viven en los **hogares más pequeños**, con una media de 2,30 habitantes.
- Son los **hogares, más envejecidos**:
 - Con una **mayor cantidad de personas de más de 65 años** por hogar.
 - Que viven **menos personas de 18 años** por hogar.
- Es el grupo donde **menos aportan ingresos** al hogar.
- El **entrevistado** ocupa principalmente la posición en el hogar de **principal sustentador** (52,9%).

Formación:

Se trata del **grupo con menor nivel formativo**, tanto del entrevistado como del cabeza de familia, teniendo la mayor parte de los entrevistados una formación de **primer grado, segundo grado primer ciclo y segundo grado segundo ciclo**.

| Composición del hogar Grupo III | Media |
|---------------------------------|-------|
| Número personas en hogar | 2,30 |
| Número personas de +65 | 0,74 |
| Número personas de -18 | 0,30 |
| Número personas con ingresos | 1,53 |

| Posición en el hogar | Grupo III | |
|--|---------------------------|-------|
| Principal sustentador | Recuento | 137 |
| | % dentro de Grupo cluster | 52,9% |
| Otro principal sustentador | Recuento | 106 |
| | % dentro de Grupo cluster | 40,9% |
| 2 personas principales sustentadores por igual | Recuento | 12 |
| | % dentro de Grupo cluster | 4,6% |
| No definido | Recuento | 4 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,5% |

| | Formación Grupo III | Entrevistado | Cabeza de familia |
|------------------------|---------------------------|--------------|-------------------|
| Analfabeto | Recuento | 1 | 1 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,4% | 0,4% |
| Sin estudios | Recuento | 18 | 15 |
| | % dentro de Grupo cluster | 6,9% | 5,8% |
| Primer Grado | Recuento | 56 | 56 |
| | % dentro de Grupo cluster | 21,6% | 21,6% |
| Segundo Grado 1º ciclo | Recuento | 58 | 60 |
| | % dentro de Grupo cluster | 22,4% | 23,2% |
| Segundo Grado 2º ciclo | Recuento | 74 | 64 |
| | % dentro de Grupo cluster | 28,6% | 24,7% |
| Tercer Grado 1º ciclo | Recuento | 20 | 21 |
| | % dentro de Grupo cluster | 7,7% | 8,1% |
| Tercer Grado 2º ciclo | Recuento | 25 | 29 |
| | % dentro de Grupo cluster | 9,7% | 11,2% |
| No definido | Recuento | 7 | 13 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,7% | 5,0% |

Análisis Cluster: Grupo III- “Los espontáneos”

Perfil socio demográfico

Situación laboral:

La **mayor parte** de los miembros de este estado **retirados** o son **pensionistas**, 40,5% siendo este el segmento donde este colectivo tiene un mayor peso. Casi el **30%** de los miembros de este grupo **se encuentran trabajando**.

Situación análoga es la que presentan los **cabezas de familia**, pero con porcentajes mayores, el 52,9% de los mismos están retirados y el 37,5% trabajando.

| Situación Laboral Grupo III | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|---|---------------------------|--------------|-------------------|
| Trabaja actualmente | Recuento | 75 | 97 |
| | % dentro de Grupo cluster | 29,0% | 37,5% |
| Retirado/ pensionista | Recuento | 105 | 137 |
| | % dentro de Grupo cluster | 40,5% | 52,9% |
| Parado, ha trabajado anteriormente | Recuento | 24 | 9 |
| | % dentro de Grupo cluster | 9,3% | 3,5% |
| Parada, busca su 1º trabajo | Recuento | 1 | 1 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,4% | 0,4% |
| Estudiante (No trabaja) | Recuento | 7 | 0 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,7% | 0,0% |
| Sus labores (No trabaja) | Recuento | 41 | 5 |
| | % dentro de Grupo cluster | 15,8% | 1,9% |
| No definido | Recuento | 6 | 10 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,3% | 3,9% |

Análisis Cluster: Grupo III- “Los espontáneos”

Perfil socio demográfico

Empleo Entrevistados:

Cuenta propia: El **50%** de los miembros de este grupo **son empresarios o comerciantes sin empleados**, siendo el segmento que presentan mayor valor para este colectivo.

Cuenta ajena: En este segmento destacan principalmente dos puestos de trabajo **administrativo (21,9%)** y de **empleados subalternos (15,4%)**.

Empleo cabeza de familia:

Análogo al de los encuestados

Cuenta propia: **El 45,5%** de los cabezas de familia de este grupo **son empresarios o comerciantes sin empleados**, siendo el segmento que presentan mayor valor para este colectivo.

Cuenta ajena: En este segmento destacan principalmente dos puestos de trabajo **administrativo (26,9%)** y de **empleados subalternos (16,1%)**.

| Empleo Cuenta Ajena Grupo III | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|--|---------------------------|--------------|-------------------|
| Direc. empresa pública o privada mas de 25 empleados | Recuento | 4 | 4 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,4% | 2,1% |
| Empleados subalternos | Recuento | 26 | 31 |
| | % dentro de Grupo cluster | 15,4% | 16,1% |
| Obreros sin especializar | Recuento | 1 | 3 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0,6% | 1,6% |
| Jornaleros del campo | Recuento | 12 | 10 |
| | % dentro de Grupo cluster | 7,1% | 5,2% |
| Direc. empresa pública o privada menos de 25 empleados | Recuento | 8 | 14 |
| | % dentro de Grupo cluster | 4,7% | 7,3% |
| Mando superior | Recuento | 23 | 27 |
| | % dentro de Grupo cluster | 13,6% | 14,0% |
| Mando intermedio | Recuento | 12 | 16 |
| | % dentro de Grupo cluster | 7,1% | 8,3% |
| Capataces, encargados | Recuento | 3 | 4 |
| | % dentro de Grupo cluster | 1,8% | 2,1% |
| Agente comercial | Recuento | 20 | 13 |
| | % dentro de Grupo cluster | 11,8% | 6,7% |
| Administrativo | Recuento | 37 | 52 |
| | % dentro de Grupo cluster | 21,9% | 26,9% |
| Obreros | Recuento | 19 | 13 |
| | % dentro de Grupo cluster | 11,2% | 6,7% |
| Vendedores | Recuento | 4 | 6 |
| | % dentro de Grupo cluster | 2,4% | 3,1% |

| Empleo Cuenta Propia Grupo III | | Entrevistado | Cabeza de familia |
|--|---------------------------|--------------|-------------------|
| Empresario agrario 6 o más empleados | Recuento | 1 | 1 |
| | % dentro de Grupo cluster | 3,6% | 2,3% |
| Empresarios agrarios 1 a 5 empleados | Recuento | 1 | 2 |
| | % dentro de Grupo cluster | 3,6% | 4,5% |
| Propietarios agrícolas sin empleados | Recuento | 0 | 1 |
| | % dentro de Grupo cluster | 0% | 2,3% |
| Empresario o comerciante 6 o mas empleados | Recuento | 1 | 4 |
| | % dentro de Grupo cluster | 3,6% | 9,1% |
| Empresario o comerciante 1 a 5 empleados | Recuento | 4 | 4 |
| | % dentro de Grupo cluster | 14,3% | 9,1% |
| Empresario o comerciante sin empleados | Recuento | 14 | 20 |
| | % dentro de Grupo cluster | 50,0% | 45,5% |
| Profesionales cuenta propia | Recuento | 2 | 5 |
| | % dentro de Grupo cluster | 7,1% | 11,4% |
| Trabajadores manuales | Recuento | 5 | 6 |
| | % dentro de Grupo cluster | 17,9% | 13,6% |

Análisis Cluster: Grupo III- “Los espontáneos”

| Frecuencia compra alimentación, droguería e higiene personal | GRUPO CLUSTER | | |
|--|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Todos o casi todos los días | 22,0% | 19,7% | 34,4% |
| Cada 2 o 3 días | 27,7% | 27,2% | 28,2% |
| Un día a la semana | 41,6% | 42,5% | 29,3% |
| Quincenalmente | 8,4% | 10,2% | 7,7% |
| No definido | 0,2% | 0,3% | 0,4% |

El **grupo III** presenta una frecuencia de compra a diario de bienes de alimentación, droguería e higiene personal sustancialmente superior al resto de grupos, que **intuimos** que se debe a la forma en como **conciben** las compras, **improvisando en el punto de venta**.

Análisis Cluster

ANÁLISIS COMPRA TIPOS DE PRODUCTOS POR SEGMENTOS

Análisis Cluster :Análisis compra tipos de productos por segmento

| Tipo de producto comprado por segmento en el último año | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Bienes diarios | 99,8% | 99,7% | 99,6% |
| Equipamiento personal | 81,4% | 96,9% | 81,1% |
| Equipamiento hogar | 28,5% | 49,3% | 26,3% |
| Bienes ocasionales | 39,9% | 66,7% | 40,5% |
| Bienes diarios | 99,8% | 99,7% | 99,6% |

Los miembros del **grupo II** presentan **mayor frecuencia** de haber comprado productos en el último año en **todas las categorías** de productos, objetos de este estudio. Mientras que los **grupos I y III** de presentan porcentajes **muy similar**.

Bienes diarios

| Formato comercial donde compran | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Tienda especializadas, barrio o ultramarino | 44,6% | 34,7% | 49,8% |
| Supermercados | 79,0% | 83,3% | 76,8% |
| Galería comercial | 0 % | 0 % | 0 % |
| Mercadillo | 0,5% | 0,0% | 0,4% |
| Mercado municipal | 16,8% | 11,2% | 18,9% |
| Hipermercado | 15,1% | 21,8% | 14,3% |
| Corte Inglés | 2,2% | 2,4% | 3,1% |
| Tiendas especializadas Centro comercial | 0,5% | 1,4% | 0,8% |
| Otros | 0,0% | 0,3% | 0,0% |
| Tienda especializadas, barrio o ultramarino | 44,6% | 34,7% | 49,8% |

Todos los segmentos compran este tipo de productos principalmente en el **supermercado**, seguidos por orden de importancia de **tiendas especializadas**, si bien el **grupo II** presentan **menor porcentaje** en este formato comercial, mientras que presentan uno **sustancialmente mayor** en los **hipermercados**.

Bienes diarios

Todos los segmentos compran este tipo de producto principalmente en su barrio

| Dónde compran | GRUPO CLUSTER | | |
|--------------------|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Mi zona | 98,9% | 98,5% | 99,2% |
| Otra zona | 8,7% | 10,5% | 8,6% |
| Fuera de la ciudad | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

| Centro al que acuden con mayor frecuencia | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Mercado Municipal Lanuza (centro) | 13,4% | 7,4% | 12,9% |
| Alcampo los enlaces | 15,0% | 19,1% | 5,9% |
| Carrefour (Actur) | 15,7% | 16,0% | 22,4% |
| Hiperacor (Actur) | 8,7% | 14,9% | 12,9% |

| Barrios a los que acuden con mayor frecuencia para comprar | GRUPO CLUSTER | | |
|--|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Centro | 29,0% | 21,4% | 26,3% |
| Avenida Madrid Delicias | 19,4% | 17,9% | 10,5% |
| Actur | 16,1% | 14,3% | 26,3% |

| Porque compran en los comercios de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|--|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Cercanía/proximidad | 70,5% | 73,5% | 71,4% |
| Mejores precios | 30,9% | 28,2% | 23,9% |
| Mayor calidad | 27,5% | 25,5% | 21,6% |
| Mayor variedad/surtido producto | 15,3% | 16,0% | 16,2% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,2% | 0,7% | 0,4% |
| Horarios | 1,7% | 1,4% | 1,5% |
| Costumbre | 19,6% | 9,9% | 18,9% |
| Confianza | 18,6% | 12,6% | 19,7% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,2% | 0,7% | 2,3% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 0% | 0,7% | 0,4% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,2% | 1,0% | 0,8% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,2% | 1,0% | 1,5% |
| Tengo familiares allí | 0,2% | 0% | 0,4% |
| Combinación con actividades de ocio | 0% | 0% | 0,4% |
| Variedad de tiendas/oferta | 1,5% | 2,4% | 0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,5% | 1,0% | 0,8% |
| Otros motivos | 1,2% | 0,3% | 1,9% |
| Atención al cliente | 1,7% | 1,4% | 1,9% |

Bienes diarios

Los principales **motivos** por lo que los consumidores compran los bienes diarios en los **comercios de su barrio** son **iguales a los tres grupos: cercanía/comodidad, mejores precios, mayor calidad.**

Los motivos por los que los consumidores **compran** en los comercios **fuera** de **su barrio** son: **cercanía/comodidad, mejores precios, mayor variedad.** Además el **segmento III** valora positivamente la **mayor calidad** de los productos de fuera de su barrio.

| Porque compran en los comercios de fuera de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Comodidad | 14,4% | 15,3% | 15,4% |
| Mejores precios | 10,4% | 11,2% | 11,2% |
| Mayor calidad | 7,7% | 7,8% | 11,6% |
| Mayor variedad/surtido producto | 12,4% | 11,9% | 14,3% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,2% | 1,0% | 0,4% |
| Horarios | 1,2% | 1,0% | 1,2% |
| Costumbre | 5,9% | 3,4% | 7,7% |
| Confianza | 3,7% | 3,4% | 4,6% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,2% | 2,7% | 1,2% |
| Búsqueda de enseñas conocidas | 0% | 0% | 0,8% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,0% | 0,3% | 1,2% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,0% | 1,4% | 1,5% |
| Tengo familiares allí | 0,2% | 0,3% | 0,4% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,5% | 0,3% | 0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 1,0% | 2,4% | 0,8% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,2% | 0,3% | 0% |
| Otros motivos | 0,5% | 0,7% | 0,8% |
| Atención al cliente | 0% | 0,7% | 0% |

Equipamiento personal

El grupo uno y tres compran principalmente en **tiendas especializadas** de barrio, en grupo dos lo hace en tiendas **especializadas del centro comercial**. Si bien **ambos formatos** tienen un sustancial **peso para todos los grupos**. Destaca el importante peso del Corte Inglés en la compra de este tipo de productos.

| Formato comercial donde compran | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Tienda especializadas, barrio o ultramarino | 62,3% | 46,5% | 57,1% |
| Supermercados | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Galería comercial | 2,7% | 3,9% | 4,3% |
| Mercadillo | 0,3% | 0,0% | 1,0% |
| Mercado municipal | 0,3% | 0,0% | 0,5% |
| Hipermercado | 6,1% | 4,6% | 6,7% |
| Corte ingles | 31,6% | 25,7% | 32,4% |
| Tiendas especializadas Centro comercial | 30,7% | 53,9% | 30,5% |
| Medianas superficies | 4,9% | 10,2% | 7,6% |
| Otros | 0,3% | 2,5% | 0,5% |

Análisis Cluster : Equipamiento personal

Equipamiento personal

Los consumidores compran principalmente en su zona de residencia pero también lo hacen en gran medida en otras zonas.

| Dónde compran | GRUPO CLUSTER | | |
|--------------------|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Mi zona | 74,1% | 77,0% | 81,4% |
| Otra zona | 49,3% | 53,2% | 45,0% |
| Fuera de la ciudad | 0,5% | 0,7% | 1,6% |

| Centro al que acuden con mayor frecuencia | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| El Corte Inglés Sagasta | 34,7% | 16,9% | 25,2% |
| C.C. Grancasa Actur | 22,2% | 27,7% | 27,8% |
| C.C. Puerto Venecia | 35,2% | 52,8% | 30,4% |

| Barrios a los que acuden con mayor frecuencia para comprar | GRUPO CLUSTER | | |
|--|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Centro | 82,2% | 79,5% | 75,9% |
| Torrero puerto Venecia | 8,9% | 21,9% | 17,2% |
| Actur | 4,0% | 5,5% | 15,5% |

| Porque compran en los comercios de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|--|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Cercanía/proximidad | 59,9% | 60,2% | 65,7% |
| Mejores precios | 23,7% | 19,4% | 16,2% |
| Mayor calidad | 34,2% | 26,9% | 27,6% |
| Mayor variedad/surtido producto | 21,1% | 28,7% | 17,1% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,7% | 0,0% | 1,9% |
| Horarios | 1,3% | 2,8% | 1,0% |
| Costumbre | 21,7% | 17,6% | 19,0% |
| Confianza | 23,0% | 28,7% | 25,7% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 2,6% | 3,7% | 6,7% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 1,3% | 0,9% | 2,9% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,0% | 0,9% | 1,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,0% | 1,9% | 1,0% |
| Tengo familiares allí | 0,0% | 1,9% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,7% | 1,9% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 5,3% | 5,6% | 1,9% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,7% | 1,9% | 4,8% |
| Otros motivos | 2,6% | 1,9% | 4,8% |
| Atención al cliente | 3,9% | 2,8% | 2,9% |

Equipamiento personal

Los tres principales motivos para los tres grupos para comprar en los comercios de su barrio son **cercanía/comodidad, mayor calidad y confianza**. Además el segmento dos valora positivamente el **mayor surtido de productos**.

Los **mejores precios** y la mayor **variedad producto**, son los motivos principales por los consumidores de los tres **grupos compran fuera de su barrio**, además el **grupo I y III valoran positivamente la confianza y la calidad** de los comercios de fuera de su barrio, mientras que el **grupo dos valora positivamente la cercanía/comodidad**.

| Porque compran en los comercios de fuera de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Comodidad | 18,7% | 25,0% | 23,4% |
| Mejores precios | 30,8% | 31,0% | 27,7% |
| Mayor calidad | 22,0% | 18,1% | 23,4% |
| Mayor variedad/surtido producto | 38,5% | 45,7% | 23,4% |
| Transporte cómodo de la compra | 2,2% | 1,7% | 0,0% |
| Horarios | 3,3% | 1,7% | 2,1% |
| Costumbre | 15,4% | 11,2% | 19,1% |
| Confianza | 23,1% | 13,8% | 25,5% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 3,3% | 6,0% | 10,6% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 1,1% | 1,7% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 2,2% | 1,7% | 4,3% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,1% | 1,7% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 4,4% | 0,9% | 2,1% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,0% | 2,6% | 2,1% |
| Variedad de tiendas/oferta | 12,1% | 14,7% | 19,1% |
| Me gustan los centros comerciales | 0,0% | 0,0% | 2,1% |
| Otros motivos | 3,3% | 2,6% | 2,1% |
| Atención al cliente | 1,1% | 0,0% | 0,0% |
| Garantías (servicio postventa)/Financiación | 6,6% | 3,4% | 12,8% |

Equipamiento del hogar

Los tres segmentos compran principalmente en **tiendas especializadas de barrio y en el Corte Inglés**. Además el grupo dos compra en **medianas superficies**.

| Formato comercial donde compran | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Tienda especializadas, barrio o ultramarino | 31,9% | 35,9% | 35,3% |
| Supermercados | 0,0% | 0,7% | 0,0% |
| Galería comercial | 0,9% | 1,4% | 2,9% |
| Mercadillo | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado | 16,8% | 17,2% | 17,6% |
| Corte ingles | 31,9% | 21,4% | 25,0% |
| Tiendas especializadas Centro comercial | 15,0% | 17,9% | 13,2% |
| Medianas superficies | 14,2% | 27,6% | 13,2% |
| Otros | 6,2% | 2,1% | 5,9% |

Análisis Cluster : Equipamiento del hogar

Equipamiento del hogar

Todos los segmentos compran este tipo de producto principalmente en su barrio

| Dónde compran | GRUPO CLUSTER | | |
|---------------------------|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Mi zona | 90,3% | 89,1% | 93,8% |
| Otra zona | 7,9% | 9,5% | 8,1% |
| Fuera de la ciudad | 0 % | 0 % | 0 % |

| Centro al que acuden con mayor frecuencia | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| El Corte Inglés Sagasta | 28,6% | 19,6% | 26,2% |
| C.C. Puerto Venecia | 13,0% | 21,6% | 16,7% |
| Ikea | 6,5% | 23,7% | 14,3% |
| Media Mark | 11,7% | 27,8% | 9,5% |

| Barrios a los que acuden con mayor frecuencia para comprar | GRUPO CLUSTER | | |
|--|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Centro | 53,3% | 50,0% | 50,0% |
| Actur | 20,0% | 9,1% | 12,5% |
| Otros barrios | 20,0% | 9,1% | 0,0% |

| Porque compran en los comercios de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Cercanía/proximidad | 60,0% | 58,3% | 55,0% |
| Mejores precios | 12,0% | 25,0% | 45,0% |
| Mayor calidad | 20,0% | 16,7% | 20,0% |
| Mayor variedad/surtido producto | 20,0% | 11,1% | 5,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 4,0% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Costumbre | 28,0% | 19,4% | 20,0% |
| Confianza | 32,0% | 38,9% | 40,0% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 4,0% | 0,0% | 0,0% |
| Búsqueda de enseñanzas conocidas | 4,0% | 0,0% | 0,0% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 4,0% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,0% | 2,8% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 4,0% | 0,0% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 0,0% | 5,6% | 5,0% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Otros motivos | 0,0% | 2,8% | 5,0% |
| Atención al cliente | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

Equipamiento del hogar

Los principales motivos por los que los consumidores compren bienes de equipamiento en los **comercios de su barrio** son la **cercanía/comodidad, la confianza y la calidad**. Además el **segmento I** valora la **mayor calidad y mayor variedad** de surtido. Para el **segmento II y el segmento III mejores precios** (peso muy importante para el segmento III) y **mayor calidad**.

Los principales motivos por el que los consumidores demandan este tipo de productos **fuera de su barrio** son **cercanía/comodidad, mayor calidad y mejores precios**.

| Porque compran en los comercios de fuera de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Comodidad | 14,4% | 15,3% | 15,4% |
| Mejores precios | 10,4% | 11,2% | 11,2% |
| Mayor calidad | 7,7% | 7,8% | 11,6% |
| Mayor variedad/surtido producto | 12,4% | 11,9% | 14,3% |
| Transporte cómodo de la compra | 0,2% | 1,0% | 0,4% |
| Horarios | 1,2% | 1,0% | 1,2% |
| Costumbre | 5,9% | 3,4% | 7,7% |
| Confianza | 3,7% | 3,4% | 4,6% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,2% | 2,7% | 1,2% |
| Búsqueda de enseñas conocidas | 0% | 0% | 0,8% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,0% | 0,3% | 1,2% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,0% | 1,4% | 1,5% |
| Tengo familiares allí | 0,2% | 0,3% | 0,4% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,5% | 0,3% | 0% |
| Variedad de tiendas/oferta | 1,0% | 2,4% | 0,8% |
| Potenciar el pequeño comercio | 0,2% | 0,3% | 0% |
| Otros motivos | 0,5% | 0,7% | 0,8% |
| Atención al cliente | 0% | 0,7% | 0% |

Bienes ocasionales

El principal formato comercial donde compran este tipo de bienes los consumidores de los tres segmentos son **tiendas especializadas de barrio y en el corte ingles**. Además los **grupos uno y dos compran en medianas superficies**.

| Formato comercial donde compran | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Tienda especializadas, barrio o ultramarino | 48,4% | 46,7% | 53,3% |
| Supermercados | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Galería comercial | 0,6% | 0,0% | 1,0% |
| Mercadillo | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Mercado municipal | 0,0% | 0,0% | 0,0% |
| Hipermercado | 5,0% | 7,7% | 3,8% |
| Corte ingles | 23,6% | 25,1% | 23,8% |
| Tiendas especializadas Centro comercial | 11,8% | 13,3% | 8,6% |
| Medianas superficies | 29,8% | 33,8% | 16,2% |
| Otros | 6,8% | 12,3% | 12,4% |

Análisis Cluster : Bienes ocasionales

Bienes ocasionales

Los consumidores compran principalmente en su zona de residencia pero también lo hacen en gran medida en otras zonas.

| Dónde compran | GRUPO CLUSTER | | |
|---------------------------|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Mi zona | 69,6% | 67,0% | 61,4% |
| Otra zona | 43,0% | 48,4% | 50,9% |
| Fuera de la ciudad | 0,0% | 0,0% | 0,0% |

| Centro al que acuden con mayor frecuencia | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| El Corte Inglés Sagasta | 27,0% | 24,1% | 25,0% |
| El Corte Inglés independencia | 36,5% | 30,1% | 47,2% |
| C.C. Grancasa Actur | 7,9% | 19,3% | 13,9% |
| Media Mark | 33,3% | 38,5% | 23,5% |
| Fnac | 81,2% | 69,2% | 64,7% |

| Barrios a los que acuden con mayor frecuencia para comprar | GRUPO CLUSTER | | |
|--|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Centro | 85,3% | 81,0% | 79,3% |

| Porque compran en los comercios de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Cercanía/proximidad | 66,7% | 67,2% | 72,2% |
| Mejores precios | 13,0% | 9,8% | 13,9% |
| Mayor calidad | 14,8% | 6,6% | 11,1% |
| Mayor variedad/surtido producto | 18,5% | 24,6% | 19,4% |
| Transporte cómodo de la compra | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| Horarios | 0,0% | 3,3% | 5,6% |
| Costumbre | 18,5% | 14,8% | 13,9% |
| Confianza | 27,8% | 14,8% | 19,4% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 1,9% | 3,3% | 0,0% |
| Búsqueda de enseññas conocidas | 5,6% | 3,3% | 13,9% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 1,9% | 0,0% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 0,0% | 1,6% | 0,0% |
| Tengo familiares allí | 0,0% | 1,6% | 0,0% |
| Combinación con actividades de ocio | 0,0% | 0,0% | 2,8% |
| Variedad de tiendas/oferta | 1,9% | 0,0% | 8,3% |
| Apoyo al pequeño comercio | 3,7% | 1,6% | 2,8% |
| Otros motivos | 0,0% | 1,6% | 0,0% |
| Atención al cliente | 5,6% | 0,0% | 2,8% |

Bienes ocasionales

El principal motivo por el que los consumidores de los **tres segmentos** compren bienes ocasionales en los **comercios de su barrio** es la **cercanía/comodidad**. Además para los segmentos **uno y tres** la **confianza y variedad de surtido** y para el **segmento dos** la **variedad de surtido**.

Los principales motivos por los que los consumidores de los tres **segmentos** **compre**n en **comercios de otros barrios** este tipo de productos **son cercanía/comodidad, mejores precio y mayor variedad de surtido**.

| Porque compran en los comercios de fuera de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Comodidad | 23,3% | 18,2% | 34,8% |
| Mejores precios | 20,7% | 27,0% | 20,3% |
| Mayor calidad | 10,3% | 16,8% | 11,6% |
| Mayor variedad/surtido producto | 44,8% | 47,4% | 42,0% |
| Transporte cómodo de la compra | 3,4% | 2,2% | 2,9% |
| Horarios | 1,7% | 1,5% | 1,4% |
| Costumbre | 15,5% | 10,9% | 13,0% |
| Confianza | 8,6% | 13,9% | 14,5% |
| Ir a establecimientos donde se pueda comprar de todo | 7,8% | 2,9% | 5,8% |
| Búsqueda de enseñas conocidas | 9,5% | 10,9% | 8,7% |
| Facilidad de acceso y aparcamiento | 0,9% | 2,9% | 0,0% |
| Cercanía lugar de trabajo | 1,7% | 1,5% | 2,9% |
| Tengo familiares allí | 0,9% | 0,0% | 1,4% |
| Combinación con actividades de ocio | 1,7% | 2,9% | 1,4% |
| Variedad de tiendas/oferta | 12,1% | 8,8% | 11,6% |
| Prefiero comprar en centros comerciales | 0,9% | 0,7% | 4,3% |
| Otros motivos | 0,0% | 1,5% | 7,2% |
| Atención al cliente | 2,6% | 0,0% | 0,0% |
| Garantías (servicio postventa)/Financiación | 4,3% | 1,5% | 1,4% |

Análisis Cluster : Internet como medio de información y compra

Internet como medio de información y compra

Los consumidores compran principalmente en su zona de residencia pero también lo hacen en gran medida en otras zonas.

| Internet como medio de búsqueda de información de productos | | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------------------|---------------|-------|-------|
| | | I | II | III |
| Sí | Recuento | 70 | 282 | 71 |
| | % dentro de Grupo cluster | 17,3% | 95,9% | 27,4% |
| No | Recuento | 334 | 12 | 188 |
| | % dentro de Grupo cluster | 82,7% | 4,1% | 72,6% |

| Internet como medio de búsqueda de información de comercios | | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------------------|---------------|-------|-------|
| | | I | II | III |
| Sí | Recuento | 40 | 222 | 55 |
| | % dentro de Grupo cluster | 58,0% | 78,7% | 77,5% |
| No | Recuento | 29 | 60 | 16 |
| | % dentro de Grupo cluster | 42,0% | 21,3% | 22,5% |

| Compran a través de Internet | | GRUPO CLUSTER | | |
|------------------------------|---------------------------|---------------|-------|-------|
| | | I | II | III |
| Sí | Recuento | 28 | 167 | 30 |
| | % dentro de Grupo cluster | 6,9% | 56,8% | 11,6% |
| No | Recuento | 376 | 127 | 229 |
| | % dentro de Grupo cluster | 93,1% | 43,2% | 88,4% |

| % Usuarios que se conectan Internet a través de los siguientes medios | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| PC | 11,9% | 60,5% | 20,8% |
| Smartphone | 4,5% | 36,1% | 6,6% |
| Tablet | 4,2% | 25,2% | 5,0% |
| Portátil | 4,2% | 32,7% | 6,6% |

El **Segmento II** es el que más utiliza Internet, tanto para **comprar** como para **buscar información** de productos y comercios.

Mientras que el **grupo I** es el que menos utiliza Internet para cualquiera de las tres acciones señaladas anteriormente.

El **segmento III** adopta una **posición Intermedia**, utilizando este medio en **gran medida** para **buscar información acerca de comercios**.

El **PC** es el medio más utilizado en todos los segmentos para conectarse a través de Internet. Destaca el porcentaje del smartphone del grupo II.

Análisis Cluster : Internet como medio de información y compra

Internet como medio de información y compra

| % de miembros de cada grupo que buscan a través de Internet los siguientes tipos de productos | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|-------|
| | I | II | III |
| Alimentación | 2,2% | 22,4% | 3,1% |
| Ropa y calzado | 6,7% | 49,3% | 8,9% |
| Electrodomésticos y menaje | 4,7% | 37,1% | 6,9% |
| Mobiliario | 3,0% | 24,8% | 4,2% |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos, viajes...) | 10,6% | 59,2% | 17,8% |
| Tecnología | 5,2% | 50,3% | 10,4% |
| Belleza | 0,0% | 0,7% | 0,0% |

| % de miembros de cada grupo que compra a través de Internet los siguientes tipos de productos | GRUPO CLUSTER | | |
|---|---------------|-------|------|
| | I | II | III |
| Alimentación | 0,5% | 6,1% | 0,8% |
| Ropa y calzado | 3,0% | 20,7% | 4,6% |
| Electrodomésticos y menaje | 0,5% | 7,1% | 0,4% |
| Mobiliario | 0,2% | 1,7% | 0,0% |
| Ocio y cultura (libros, discos, juegos, viajes...) | 4,2% | 27,2% | 5,8% |
| Tecnología | 1,0% | 17,3% | 2,3% |
| Belleza | 0,0% | 1,7% | 0,4% |

Destaca la búsqueda:

Grupo I: ocio-cultura

Grupo II: ocio-cultura, tecnología y ropa y calzado → % Muy superiores

Grupo III: ocio-cultura, tecnología

Destaca la compra:

Grupo II: ocio-cultura, tecnología y ropa y calzado

Análisis Cluster : Forma de desplazarse por tipos de bienes

Forma de desplazarse por tipos de bienes

| Medios más utilizado para desplazarse bienes diarios | | GRUPO CLUSTER | | |
|--|------------|---------------|-------|-------|
| | | I | II | III |
| Bienes diarios | Andando | 86,8% | 77,5% | 87,2% |
| | En coche | 20,3% | 37,5% | 17,1% |
| Equipamiento personal | Andando | 56,3% | 48,2% | 58,6% |
| | En coche | 30,9% | 51,1% | 32,4% |
| | En autobús | 28,1% | 16,3% | 25,2% |
| Equipamiento del hogar | Andando | 43,6% | 39,2% | 47,1% |
| | En coche | 46,4% | 65,0% | 42,6% |
| | En autobús | 18,2% | 11,9% | 19,1% |
| Bienes ocasionales | Andando | 54,1% | 63,7% | 33,3% |
| | En coche | 37,6% | 34,7% | 43,1% |

Caminar es la **forma de transporte** más utilizado en términos generales por todos lados segmentos para **realizar sus compras** de los diferentes tipos de productos (excepto grupo II en compra de equipamiento personal que andando presenta un porcentaje muy similar al coche).

El **segmento II** es el grupo que **más utiliza el coche** para trasladarse para realizar sus compras.

Los grupos I y III utilizan el **autobús** en mayor medida que el **grupo II**.

Análisis Cluster
CONCLUSIONES

Tipología de consumidor:

Hemos identificado tres segmentos de consumidores en base a sus actitudes de compra:

- ⊙ **“Grupo I- “Los planificadores”**: Se caracterizan por planificar qué productos va a comprar, aunque reconocen que también realizan compras imprevistas. Además tienden a buscar productos en oferta y promoción.

Perfil sociodemográfico tipo: mujeres de casi 60 años, de nacionalidad española, de origen aragonés y zaragozano que viven en un hogar de tamaño medio con un nivel formativo de segundo grado y que actualmente están trabajando o jubiladas.

- ⊙ **“Grupo II- “Los buscadores”**: Se caracteriza por **buscar información** a través de **Internet**, para después **planificar y comprar en tiendas físicas**. Aunque **también** realizan **compras imprevistas**. Muestra cierta preferencia a la **búsqueda de productos en oferta y promoción**.

Perfil sociodemográfico tipo es el grupo más joven, con una media de edad ligeramente superior a 50 años, con un predominio de mujeres, si bien es el grupo donde los hombres tienen un mayor peso relativo. De nacionalidad español, origen aragonés y zaragozano. Viven en los hogares de mayor tamaño, más joven en y donde más personas aportan ingresos al hogar. Poseen el mayor nivel formativo (tercer grado) y su posición laboral en términos generales más favorables de todos los grupos.

- ⊙ **“Grupo III- “Los espontáneos”**: Se caracteriza por **no planificar sus compras y decidir en el punto de venta**. En términos generales **no** tienden a **buscar** productos en **oferta y promoción** ni tampoco suelen **comprar** en **períodos de rebajas**.

Perfil sociodemográfico tipo: son el grupo de una edad media superior (61, 95) en el cual las mujeres tiene un mayor peso relativo, son de nacionalidad española, origen aragonés y zaragozano. Viven en los hogares con el menor número de miembros promedio, más envejecido y donde menos personas aportan ingresos al hogar. Es el segmento con un nivel formativo inferior primer y segundo ciclo y existe un predominio de personas retiradas o pensionistas.

Análisis compra tipos de productos por segmento

| Porque compran en los comercios de fuera de su barrio | GRUPO CLUSTER | | |
|---|--|---|---|
| | I | II | III |
| Edad media | 59,80 | 50,17 | 61,95 |
| Ocupación | Retirado/Trabajando, actualmente | Trabajando | Retirado |
| Formación | Segundo Grado | Tercer grado | Primer/ Segundo grado |
| Aspecto más relevante del comportamiento de compra | Planifica | Busca por Internet y compra en tienda física | No planifica |
| Aspectos que más valoran de un comercio ideal | Calidad/Precio | Calidad/Precio | Calidad/Precio |
| Aspectos que más valoran de los comercios de su zona de residencia | Trato comerciante, Adecuación horarios, Calidad de los productos | Trato comerciante, Adecuación horarios, Calidad de los productos | Trato comerciante, Adecuación horarios, Calidad de los productos |
| Principales motivos por los que compran en su zona | Cercanía,, mejores precios, más calidad, variedad de surtido y confianza | Cercanía, proximidad, mejores precios, más calidad, variedad de surtido y confianza | Cercanía, proximidad, mejores precios, más calidad, variedad de surtido y confianza |
| Principales motivos por los que no compran en su zona | Comodidad, mejores precios, más calidad, variedad de surtido y confianza | Comodidad, mejores precios, más calidad y variedad de surtido | Comodidad, mejores precios, más calidad, y variedad de surtido |
| % Compra por Internet | 6,9% | 56,8% | 11,6% |

| | | GRUPO CLUSTER | | |
|------------------------|---|--|---|--|
| | | I | II | III |
| Bienes diarios | Formato comercial donde más compran | Supermercados, Tienda especializadas barrio | Supermercados, Tienda especializadas barrio, Hipermercado | Supermercados, Tienda especializadas barrio |
| | Compran en su barrio / Fuera del barrio | Zona de residencia | Zona de residencia | Zona de residencia |
| | Principal barrio donde compran (además del propio) | Centro, Av. Madrid Delicias | Centro, Av. Madrid Delicias | Centro, Actur |
| | Principales centros a los que acuden a comprar | Mercado Municipal Lanuza, Alcampo los enlaces, Carrefour (Actur) | Alcampo los enlaces, Carrefour (Actur), Hipercor (Actur) | Mercado Mun. Lanuza, Carrefour (Actur), Hipercor (Actur) |
| Equipamiento personal | Formato comercial donde más compran | Tienda especializadas, barrio, Corte Inglés, Tiendas especializadas C.C. | Tiendas especializadas C.C., Tienda especializadas barrio, Corte Inglés | Tienda especializadas, barrio, Corte Inglés, Tiendas especializadas C.C. |
| | Compran en su barrio / Fuera del barrio | Zona de residencia, Otros barrios | Zona de residencia, Otros barrios | Zona de residencia, Otros barrios |
| | Principal barrio donde compran (además del propio) | Centro | Centro, Torrero Puerto Venecia | Centro, Torrero Puerto Venecia, Actur |
| | Principales centros a los que acuden a comprar | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Grancasa Actur, C.C. Puerto Venecia | El corte inglés Sagasta, C.C. Grancasa Actur, C.C. Puerto Venecia | El corte inglés, Sagasta, C.C., Grancasa Actur, C.C. Puerto Venecia |
| Equipamiento del hogar | Formato comercial donde más compran | Tienda especializadas barrio, Corte inglés | Tienda especializadas barrio, Medianas superficies, Corte inglés | Tienda especializadas barrio, Corte inglés |
| | Compran en su barrio / Fuera del barrio | Zona de residencia | Zona de residencia | Zona de residencia |
| | Principal barrio donde compran (además del propio) | Centro, Actur | Centro | Centro, Actur |
| | Principales centros a los que acuden a comprar | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Puerto Venecia | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Puerto Venecia, Ikea, Media Mark | El Corte Inglés Sagasta, C.C. Puerto Venecia, Ikea |
| Bienes ocasionales | Formato comercial donde más compran | Tienda especializadas barrio, Corte Inglés, Medianas superficies | Tienda especializadas barrio, Medianas superficies, Corte inglés | Tienda especializadas barrio, Corte inglés |
| | Compran en su barrio / Fuera del barrio | Zona de residencia, Otros barrios | Zona de residencia, Otros barrios | Zona de residencia, Otros barrios |
| | Principal barrio donde compran (además del propio) | Centro | Centro | Centro |
| | Principales centros a los que acuden a comprar | Fnac, El Corte Inglés Sagasta, El corte inglés independencia, Media Mark | Fnac, El Corte Inglés Sagasta, El corte inglés independencia, C.C. Grancasa Actur, Media Mark | Fnac, El Corte Inglés Sagasta, El corte inglés independencia, Media Mark |

Conclusiones

- ⊙ **No** existen **diferencias** sustanciales entre los grupos acerca de las **características** que para ellos tiene un **comercio ideal**, donde el **precio** el **factor capital**. Lo **mismo** sucede con la **valoración del equipamiento comercial** de su zona residencial en términos generales es **muy favorable**.
- ⊙ Las **acciones** que en mayor medida podrían **afectar al comportamiento de compra** en los **tres segmentos** son: **actividades promocionales conjuntas**, mejora del **equipamiento urbano**, mayor **seguridad ciudadana**. Señalar que **segmento III** es el que se muestra **menos susceptible** a **modificar** su **comportamiento** de compra en base a las actividades planteadas en el estudio.
- ⊙ El **segmento II** en términos generales es el que entiende a **comprar** en **mayor medida fuera** de su **barrio de residencia**.
- ⊙ **No existen grandes diferencias** entre **segmentos** de los motivos por los que los consumidores **compran en su barrio o fuera** de su barrio. Siendo la **proximidad y comodidad, precio, confianza, calidad de los productos y variedad de surtido** los principalmente **motivos esgrimidos** por los tres **segmentos** a la hora de explicar su **decisión de dónde comprar**. Los **segmentos I y III** tienden a comprar en **un comercio más clásico** (tiendas especializadas de barrio y en el corte inglés) mientras que el **grupo II** acude a **formas más modernas de comercio** (tiendas especializadas en centros comerciales, hipermercados y medianas superficies especializadas).
- ⊙ El **centro** es el **principal barrio de referencia** para **todas las clases de producto** donde acuden los consumidores de **todos los grupos** a realizar sus **compras**.
- ⊙ **Caminar** es la forma de **transporte más utilizado** en términos generales por **todos los grupos**. Destacar que el **segmento II** es el que **más utiliza el coche** para desplazarse a la hora de realizar sus compras mientras que los **grupos I y III** utilice el **autobús** es mayor que el grupo dos.
- ⊙ El **segmento II** es el que más utiliza **Internet** tanto para **buscar información de y productos, comercios y comprar**. Siendo los **productos de ocio y cultura, tecnología y ropa y calzado** los que más **busca y compra**. El **segmento III** utiliza Internet fundamentalmente para **buscar información** acerca de **comercios** mientras que el **segmento I** es el que **menos utilizan Internet**.

Coto Consulting S.L.

CENTRAL

C/ Sant Josep,23
03760 Ondara (Alicante)

DELEGACIÓN VALENCIA

Pl. Mariano Benlliure 2,2
46002 Valencia
Telf. 96 394 2775
Fax. 96 344 8131

DELEGACIÓN MADRID

Paseo de la Castellana, 135-7ª
28046 Madrid
Telf. 91 790 6772
Fax. 91 790 6869



@cotoconsulting



Find us on
Facebook

www.facebook.com/cotoconsulting

coto@cotoconsulting.com www.cotoconsulting.com