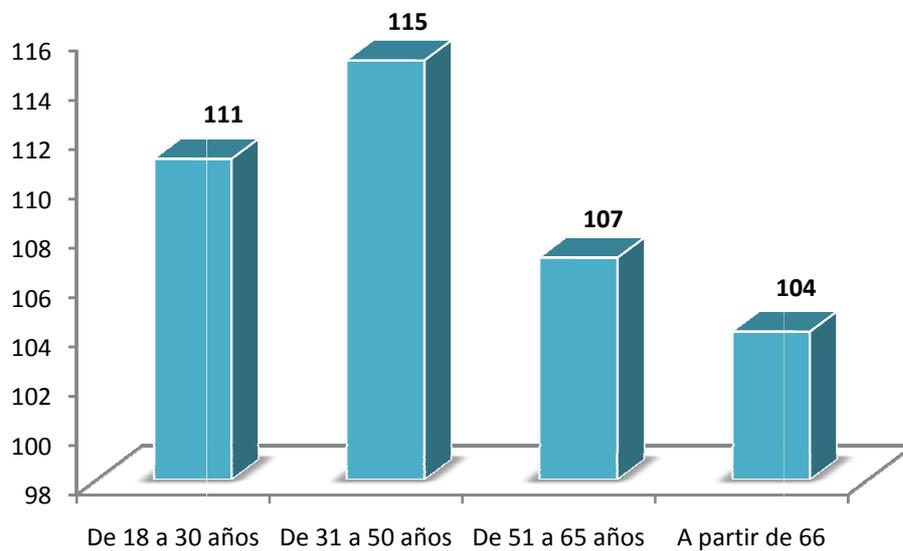
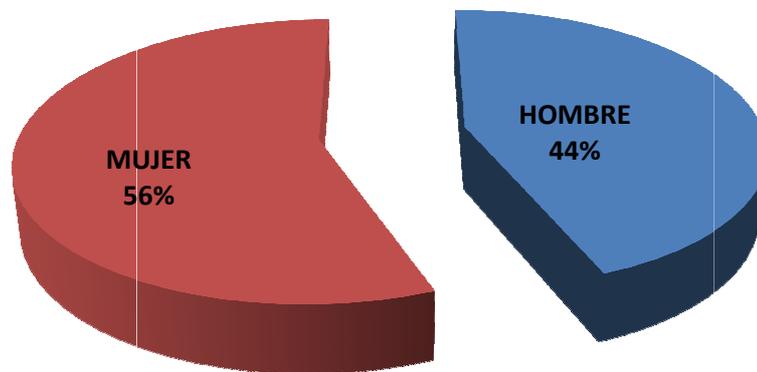


**DIAGNÓSTICO DE LA DEMANDA
COMERCIAL DE
SAN JOSÉ, LAS FUENTES Y DELICIAS**

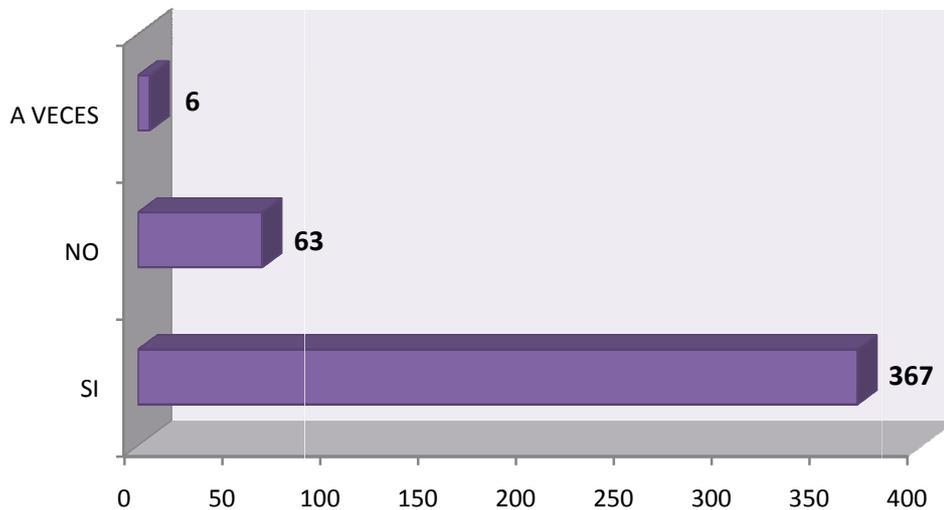
SAN JOSÉ

En el barrio de **San José** se han **realizado 436 encuestas** entre los residentes de la zona.

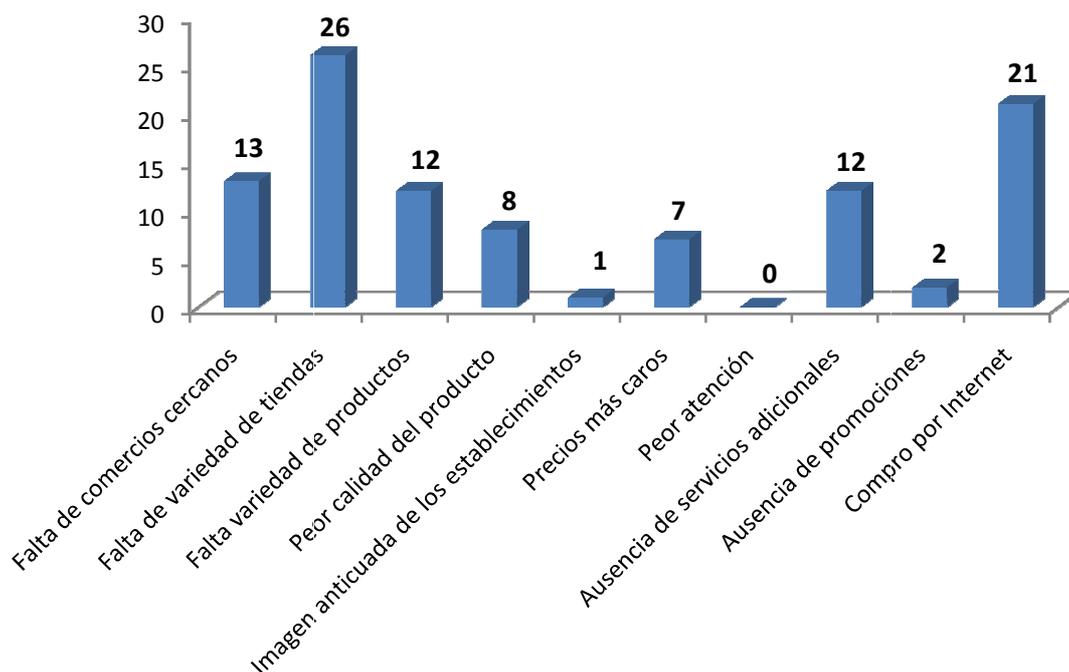
El 56% de los encuestados han sido mujeres y el 44% hombres. Las encuestas se han realizado intentando mantener la misma proporción entre los distintos baremos de edades, aunque el tramo más representativo ha sido los residentes cuya edad están entre los 31 y los 50 años.



Un elevado número de residentes encuestados, el **85%**, realiza sus compras **habitualmente o a veces en el barrio de San José**, frente a un 15% que no lo hace.

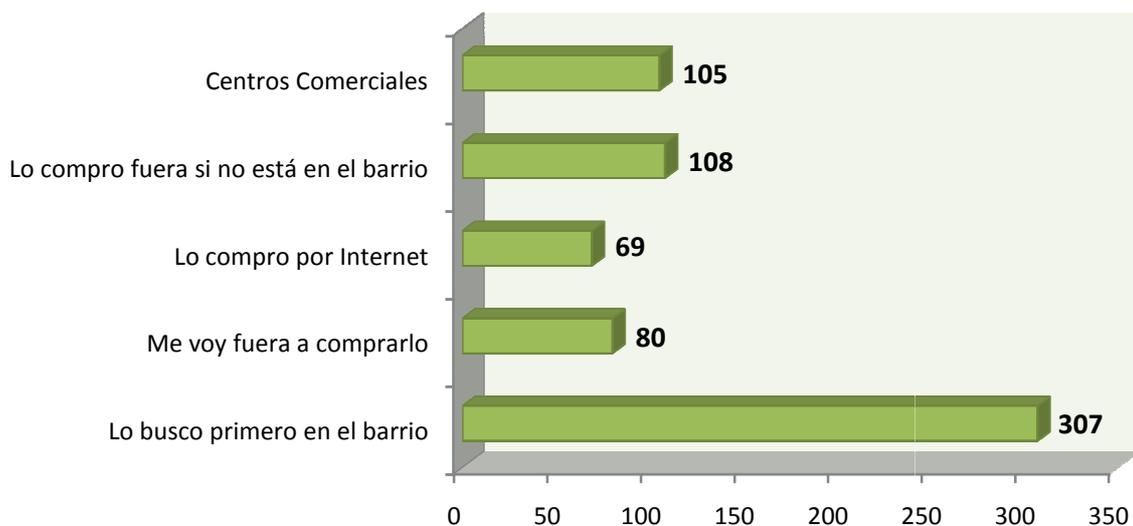


Aquellas personas que **no consumen** en el barrio se debe principalmente a que consideran que hay **poca variedad de tiendas (un 41%)**, **compran por Internet (un 33%)**, **faltan comercios de proximidad o hay poca variedad de productos**. * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en San José que no compran en el barrio, 63 residentes.



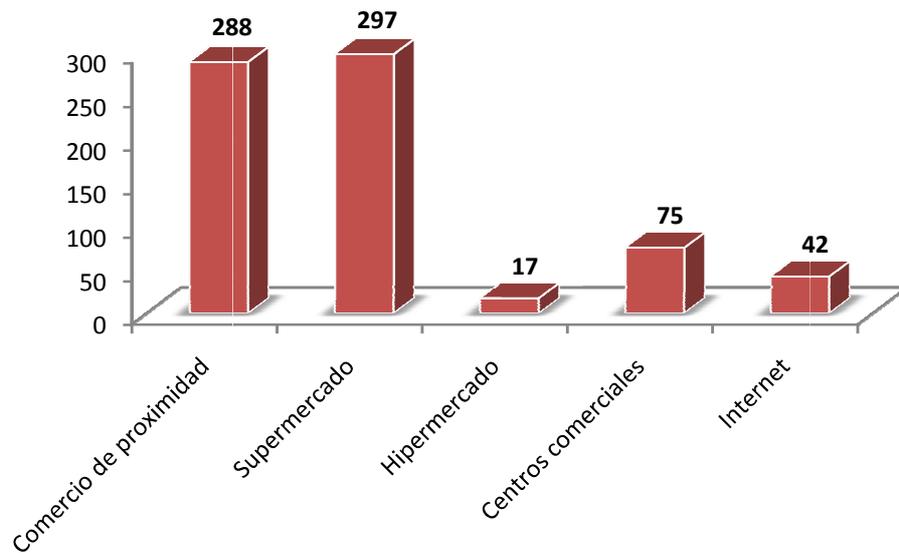
Ante la pregunta “Si necesita comprar algún producto o servicio ¿cuál es su primera opción?”, la **principal respuesta es comprarlo en el barrio si hay oferta**, tal y como nos ha indicado un **70%**, aunque la mayoría de las veces no es la única opción, sino que los encuestados indicaban varias dependiendo del tipo de producto a adquirir (no es lo mismo la compra de alimentos frescos y bienes diarios que la mayoría la realiza en el barrio que la de equipamiento personal u hogar).

Por este motivo, aunque un porcentaje elevado busca lo que necesita primero en el barrio, si sumamos el **total de los consumidores que se van a un centro comercial, lo compran por internet o se van directamente fuera a comprarlo sin mirar primero si existe oferta en el barrio, el número es elevado (254 respuestas que representan un 58%)**. * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en San José, 436 residentes.

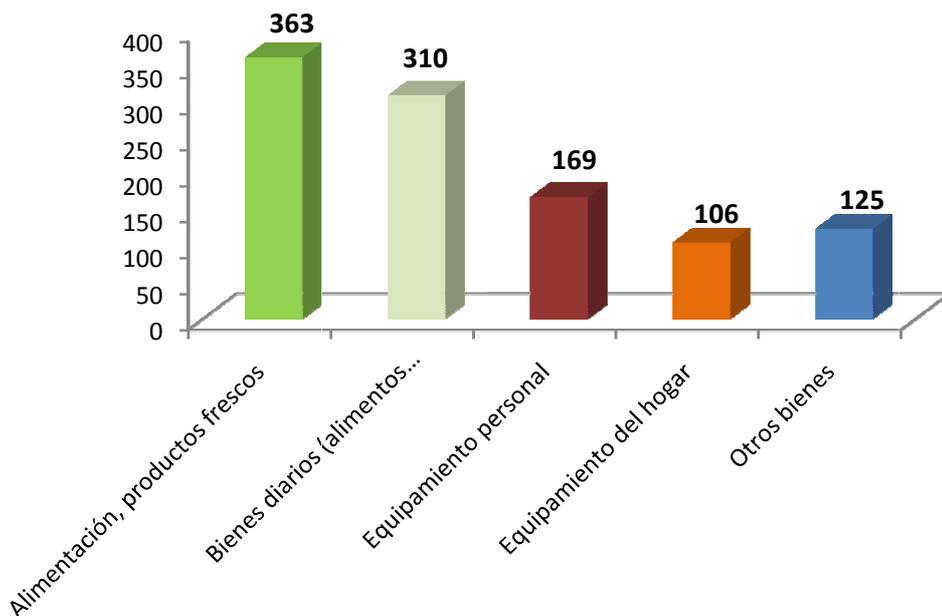


Además de conocer si el residente compra en el barrio o fuera de él, es interesante identificar el **tipo de formato** comercial en el que compra.

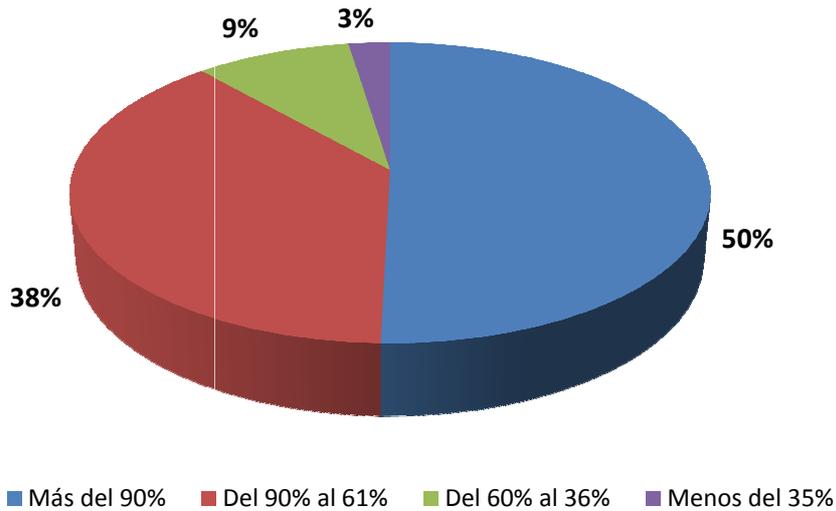
Su primera opción de compra son los **supermercados**, seguido del **comercio de proximidad**, los centros comerciales, Internet y como **última opción los hipermercados**.



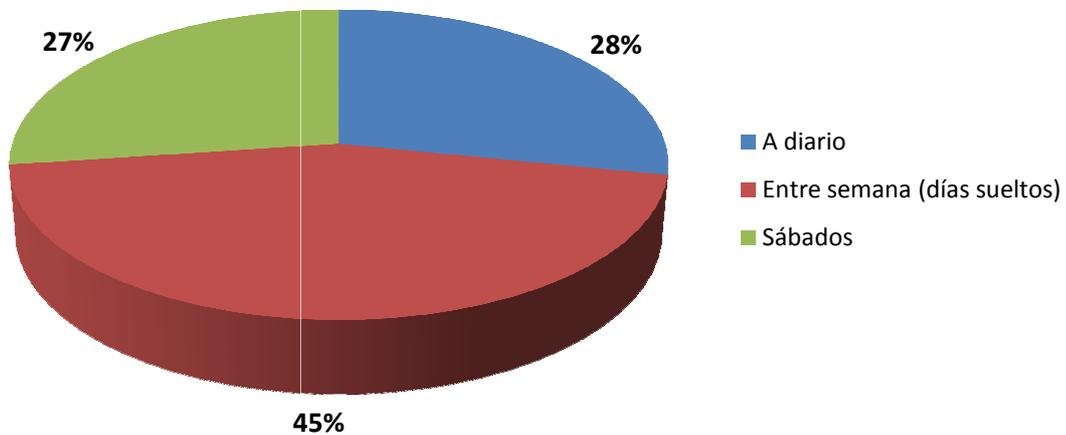
Los productos más adquiridos en el barrio, son mayoritariamente **alimentación-productos frescos (un 97%)** y **bienes diarios (un 83%)**, menos de la mitad de los encuestados adquiere el equipamiento personal (un 45%), y solamente un 28% compra equipamiento para el hogar (mobiliario-decoración, textil hogar, electrodomésticos...). La mayor **fuga de consumo** se produce en el equipamiento del hogar, seguido de otros bienes y del equipamiento personal. * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en San José que siempre o a veces compran en el barrio, 373 residentes.



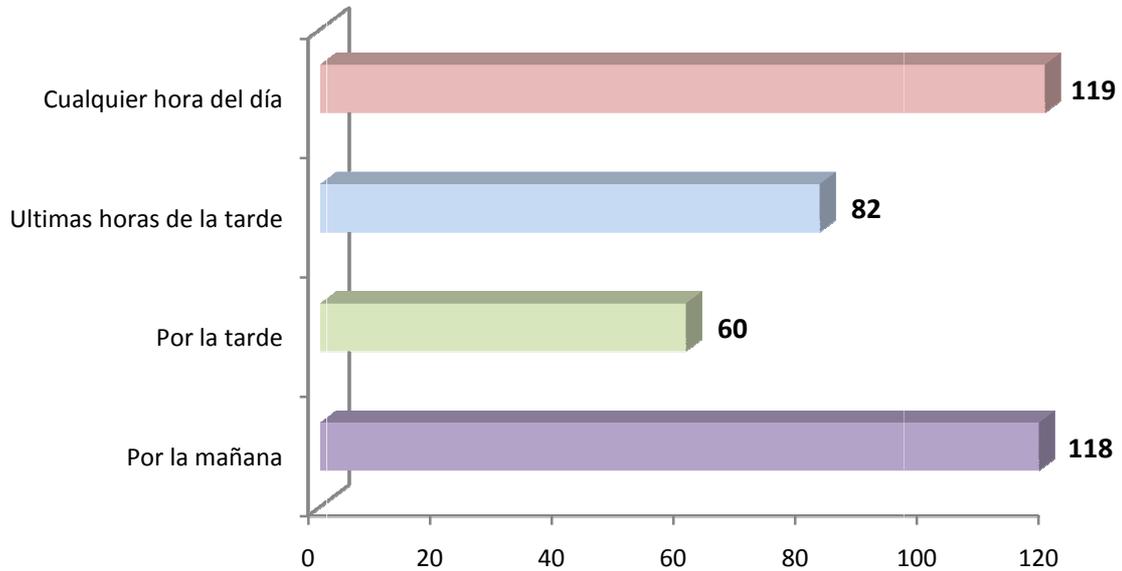
Al analizar el **volumen de compras** de los vecinos de San José, el **50% de los consumidores realiza más del 90%** de sus compras en el barrio y solamente un **2% realiza menos del 35%**.



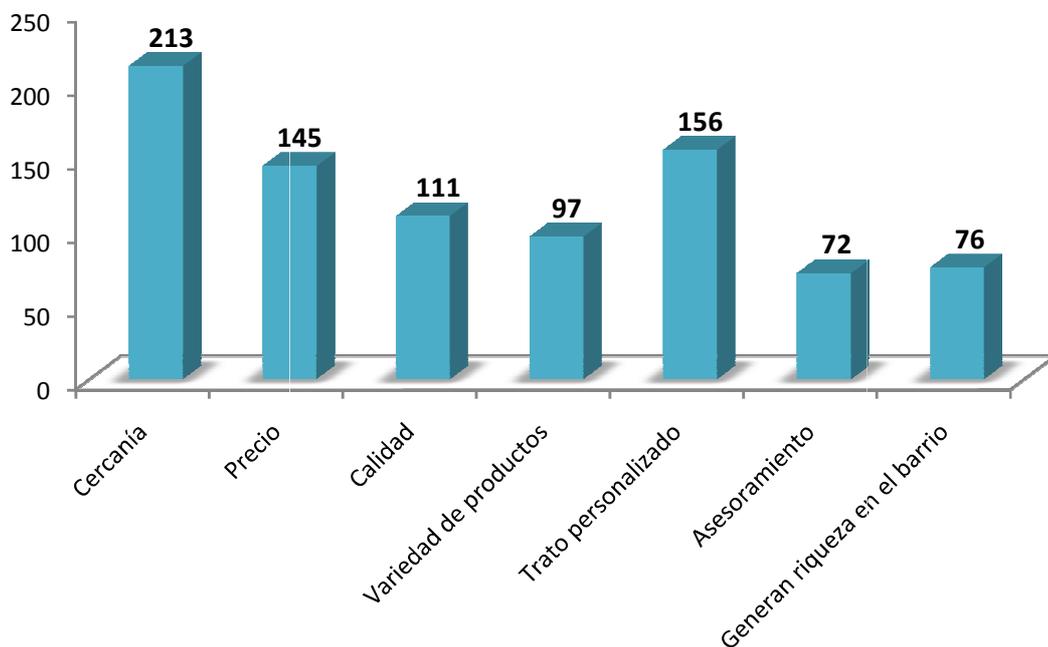
Casi la **mitad de los consumidores realiza sus compras entre semana** (días sueltos), estando repartidos de manera casi igualada aquellos que realizan sus compras a diario o los sábados.



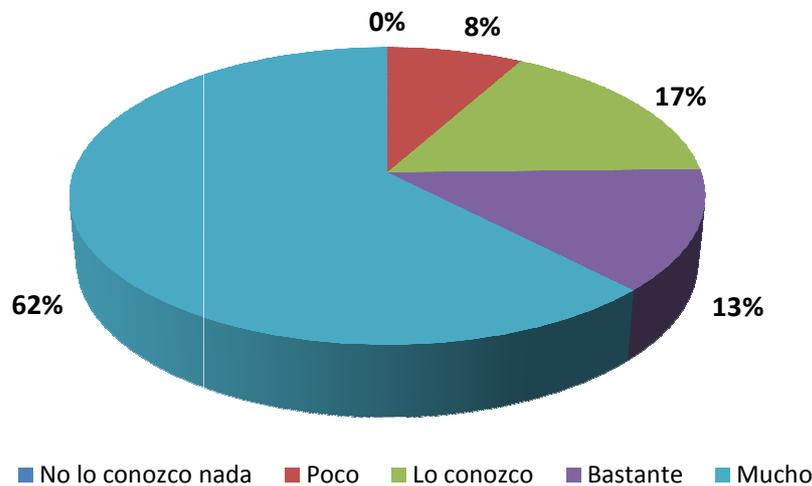
Los **horarios de compra** están **muy repartidos**, ya que un 32% lo realiza indistintamente a cualquier hora del día o por la mañana y un 38% por la tarde y a última hora de la tarde.



Lo que **más valoran** los consumidores del comercio de proximidad, es la **cercanía a su domicilio (un 57%)**, el **trato personalizado que ofrecen (un 42%)** y el **precio de sus productos (un 39%)**, en cambio el asesoramiento, el que generen riqueza en el barrio o la variedad de sus productos, para el consumidor de San José es menos relevante. * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en San José que compran habitualmente en el barrio, 373 residentes.



El **75%** de los residentes del barrio consideran que tienen un **amplio conocimiento** del comercio de su barrio y únicamente un **8%** reconoce saber poco de él.



Otros de los aspectos interesantes, era conocer la opinión de los residente sobre el tipo de **comercio o servicios** que consideran que **falta en su barrio**. Si lo analizamos por sectores las principales demandas son:

- **Alimentación:** Carnicerías y alimentos ecológicos.
- **Equipamiento personal:** Moda y zapaterías.
- **Hogar:** Muebles, decoración e informática.
- **Otras actividades:** Deportes y papelerías-librerías.
- **Servicios:** Agencias de viajes y academias.

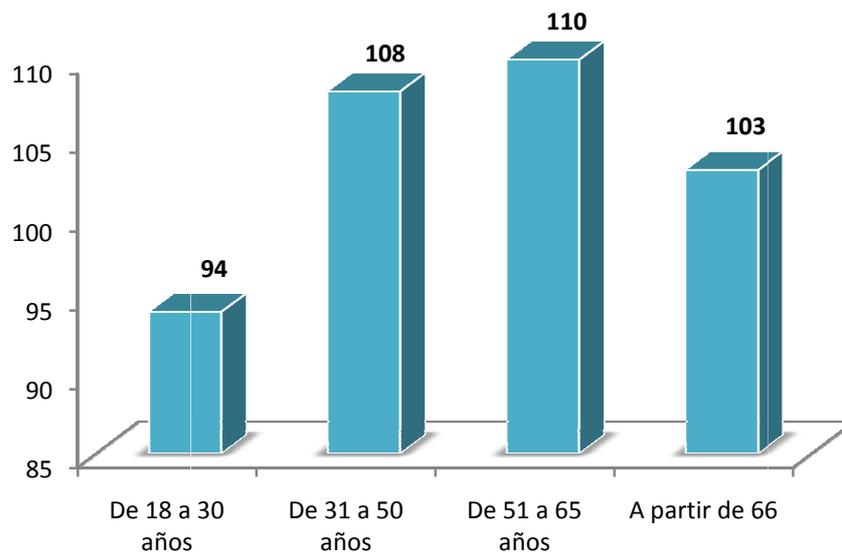
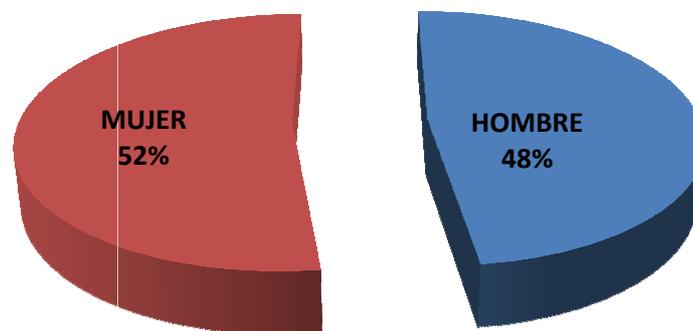
Para finalizar se les ha solicitado a los encuestado que **valoren** del 1 al 3 la oferta comercial **de los ejes comerciales de San José**, siendo 1 insuficiente, 2 adecuada pero mejorable y 3 suficiente. Siendo la media de todas las **valoraciones obtenidas** la siguiente:

- Miguel Servet: 1,99
- San José: 2,77
- Tenor Fleta: 1,88
- Reina Fabiola: 1,32

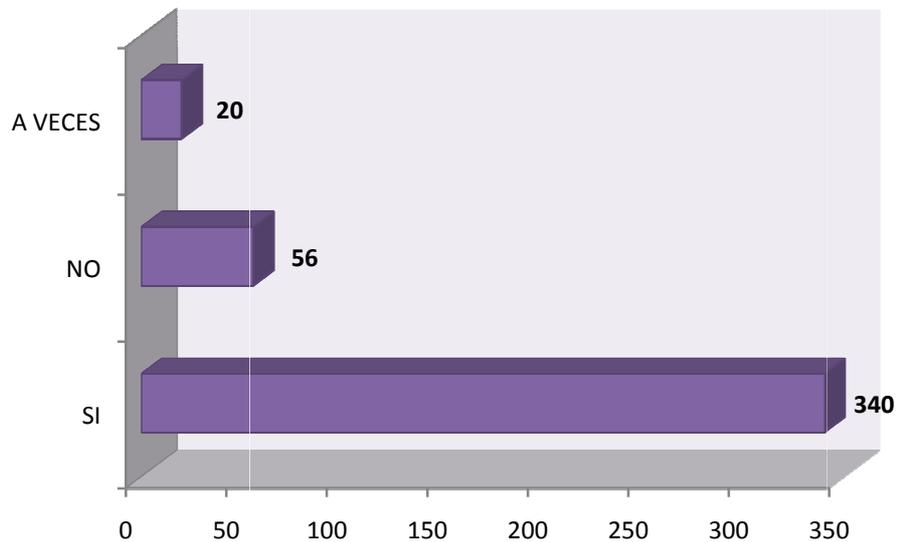
Como se puede ver, el eje **mejor valorado es la Avda. San José**, considerando los consumidores prácticamente que su oferta es suficiente, en cambio el **eje peor valorado es Reina Fabiola** donde valoran que su oferta es insuficiente.

LAS FUENTES

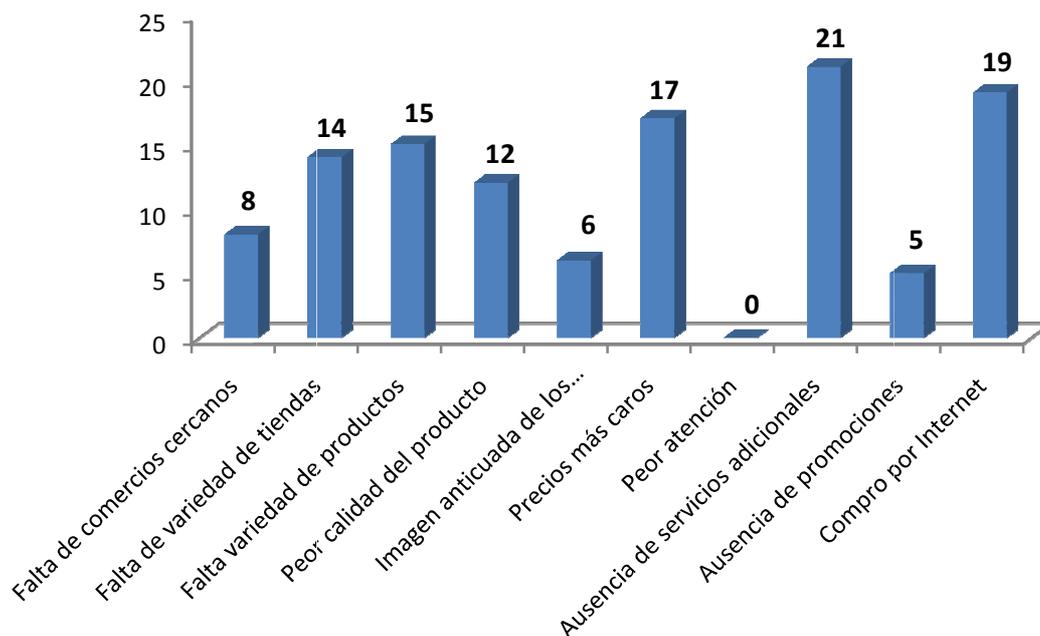
Se han realizado **415 encuestas** entre los residentes del barrio de Las Fuentes. El **52%** de los mismos han sido **mujeres** y un **48%** **hombres**. Aunque se ha intentado encuestar equitativamente a residentes de todas las edades, en este barrio el sector menos representativo ha sido el de aquellos **residentes de edades comprendidas entre 18 y 30 años (un 23%)** y el mayor el de las personas cuyas edades se encuentran **entre 51 y 65 años (un 27%)**.



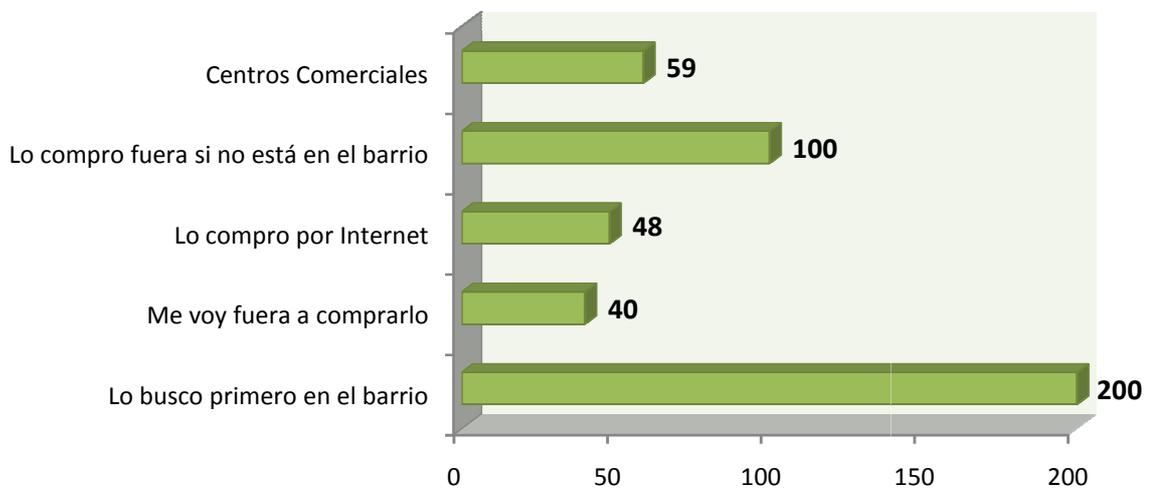
El 87% de los encuestados realiza sus compras a veces o habitualmente en el barrio, únicamente un 13% de los mismos no lo hace.



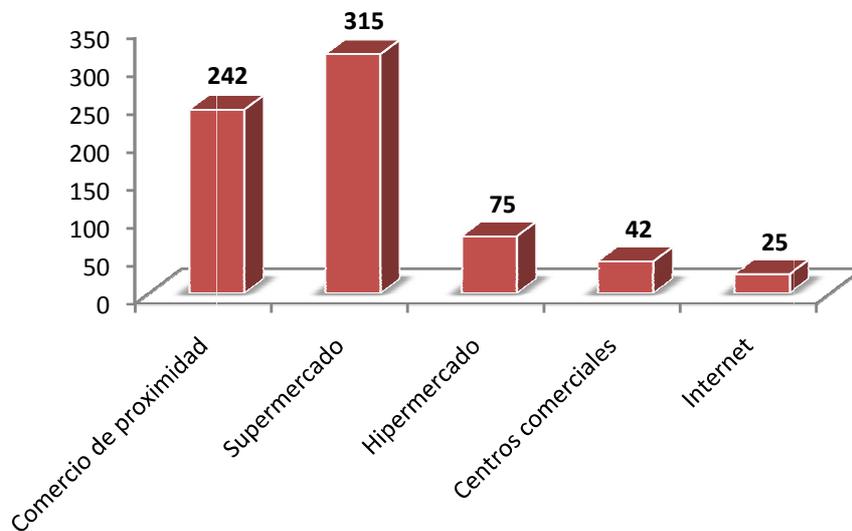
Aquellas personas que no consumen en el barrio se debe principalmente a los siguientes motivos: ausencia de servicios adicionales (38%), compran por Internet (34%), precios más caros (30%) o falta de variedad de productos (27%). * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en Las Fuentes que no compran en el barrio, 63 residentes.



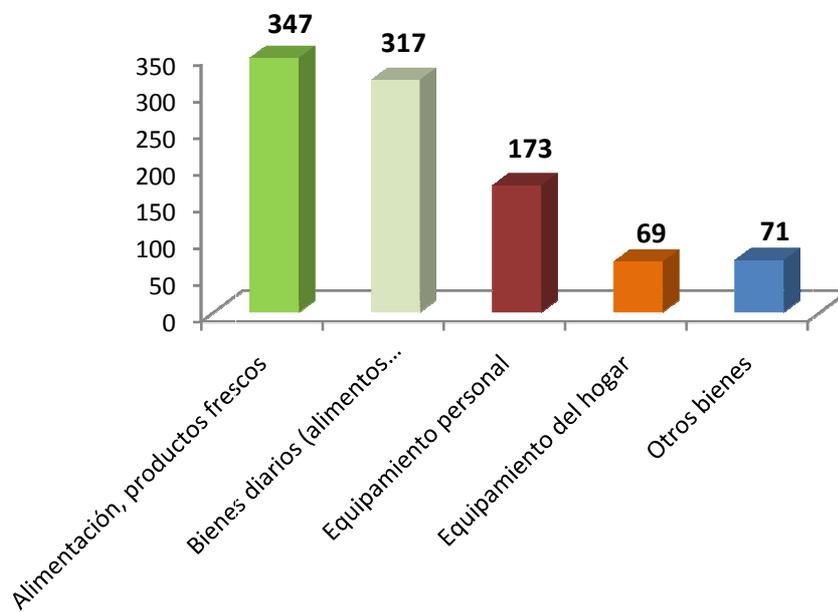
Entre los residentes del barrio, la **primera opción cuando necesitan comprar algún producto o servicio, es buscarlo en el barrio en el 48%** de los casos, un **24%** lo compra **fuera del barrio si no existe oferta** comercial en el mismo, pero para un **38%** su primera opción es **comprarlo por Internet, irse fuera directamente aunque haya oferta en el barrio o acudir a un centro comercial.** * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en las Fuentes, 415 residentes.



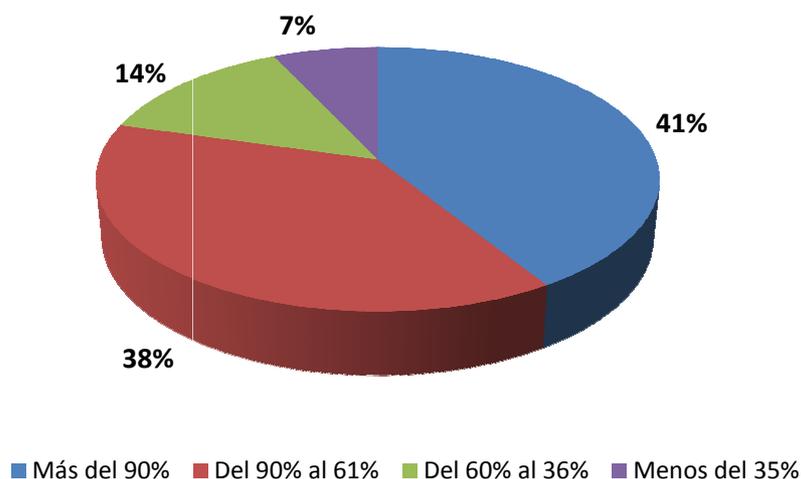
El tipo de formato comercial en el que suele comprar el residente de las Fuentes es en primer lugar los supermercados, seguido por el comercio de proximidad, hipermercados y centros comerciales. En este caso, la última opción es Internet.



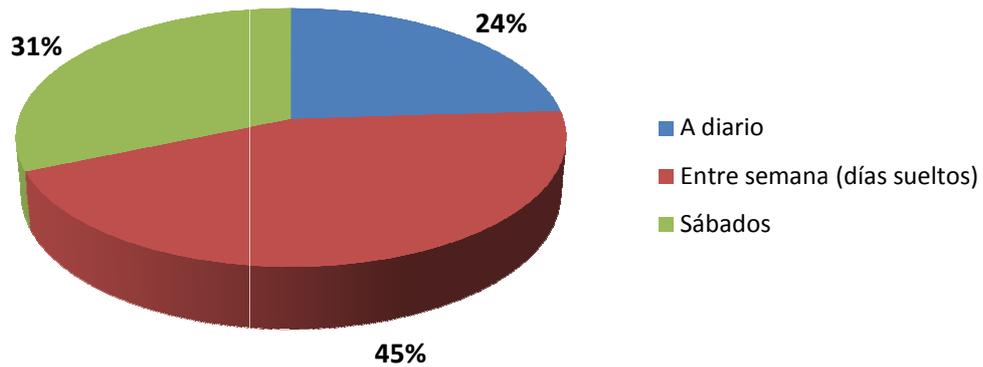
La **alimentación-productos frescos** y los **bienes diarios** (alimentos secos, droguería...) son los **más consumidos en el barrio** (un **96%** y un **88%** respectivamente), el **equipamiento personal** lo compran **casi el 50%** de los encuestados, disminuyendo considerablemente el porcentaje de compra cuando se habla del sector de equipamiento del **hogar** (un **19%**). Según los datos de las encuestas, se puede observar que la mayor fuga de consumo se produce en el equipamiento del hogar, otros bienes y el equipamiento personal.* Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en Las Fuentes que compran habitualmente en el barrio, 360 residentes.



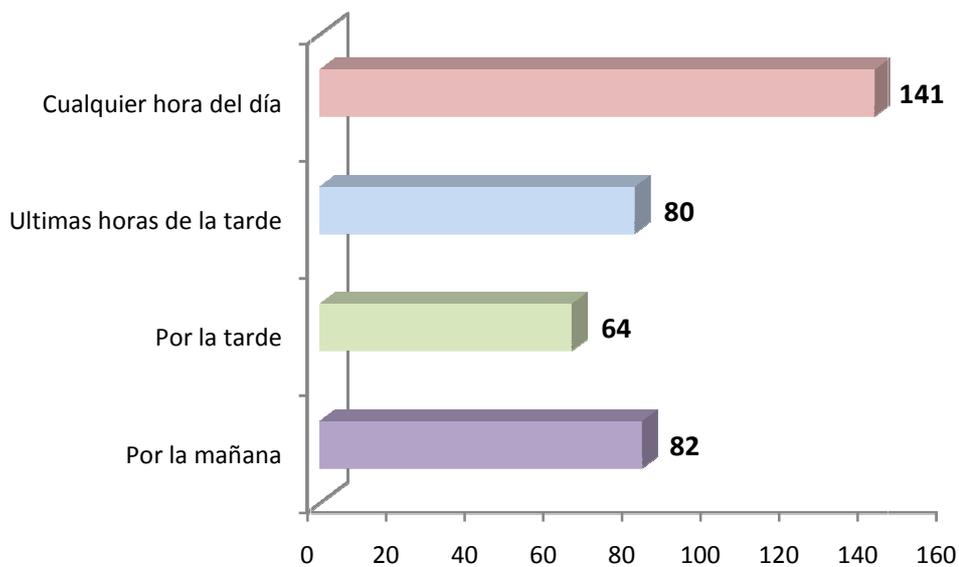
Al analizar el **volumen de compra** que los residentes realizan en el barrio, menos de la mitad realiza más del 90% de las mismas, para un 38% las compras en las Fuentes suponen entre un 61% y un 90%. Únicamente un 7% compra menos del 35% en el barrio.



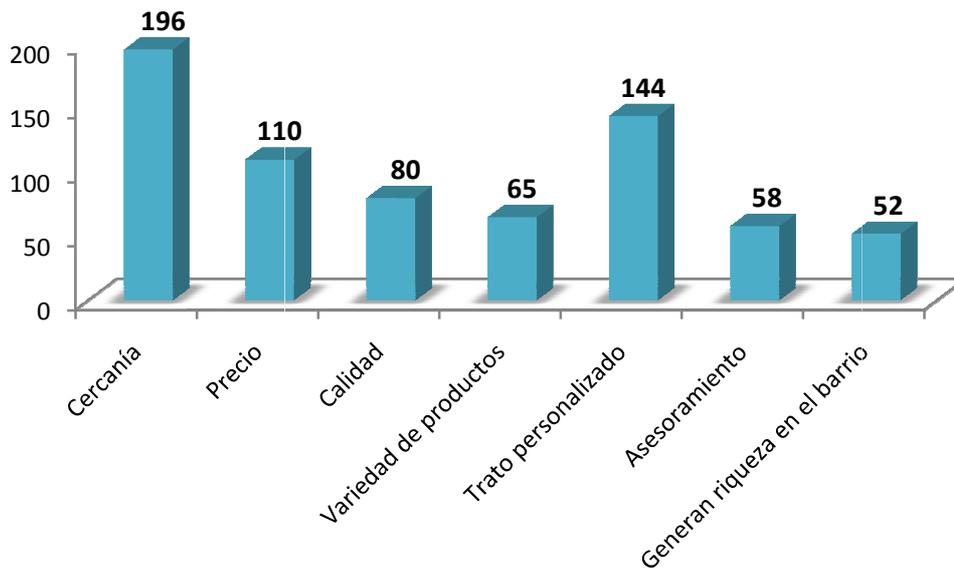
El **45% de los consumidores** de las Fuentes, realiza sus **compras entre semana** (días sueltos) y un 31% prefiere para comprar los sábados. Solamente un 24% compra diariamente en el barrio.



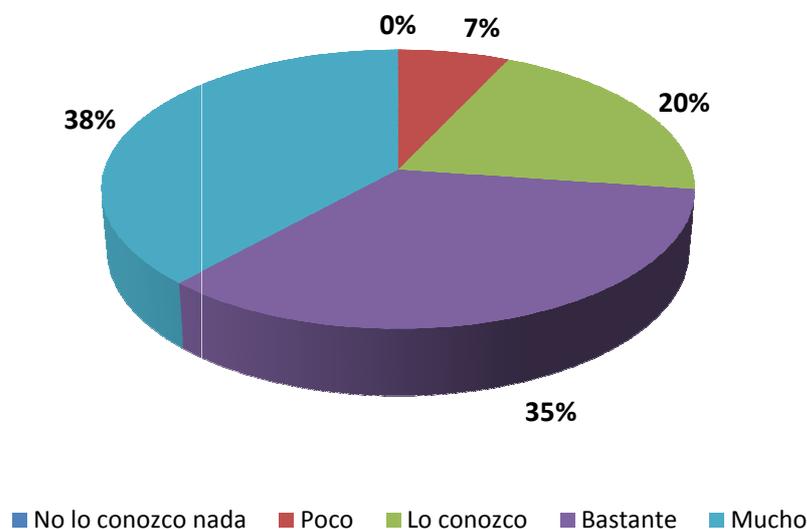
Aunque un **38%** de los residentes de las Fuentes **compran a cualquier hora del día**, un 22% lo hace por la mañana o a última hora de la tarde.



Lo que más valoran los consumidores del comercio de proximidad, es la cercanía a su domicilio (un 54%), el trato personalizado (un 40%) y el precio de sus productos (un 31%), sin embargo le dan menos importancia a la riqueza que generan en el barrio (un 14%), el asesoramiento (un 16%) y a la variedad de productos (un 18%). * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en Las Fuentes que compran habitualmente en el barrio, 360 residentes.



El 72% de los residentes de las Fuentes, considera que conoce bastante/mucho el comercio de proximidad de su barrio. Únicamente un 7% reconoce que sabe poco sobre el mismo.



Al preguntar a los encuestados por el tipo de **comercio o servicios** que creen que **falta en su barrio**, mayoritariamente han opinado lo siguiente:

- **Alimentación:** Tiendas de productos especializados y carnicerías-charcuterías.
- **Equipamiento personal:** Moda, zapaterías y lencerías-mercerías.
- **Hogar:** Muebles, ferreterías e informática.
- **Otras actividades:** Deportes, regalos y papelerías.
- **Servicios:** Tintorerías.

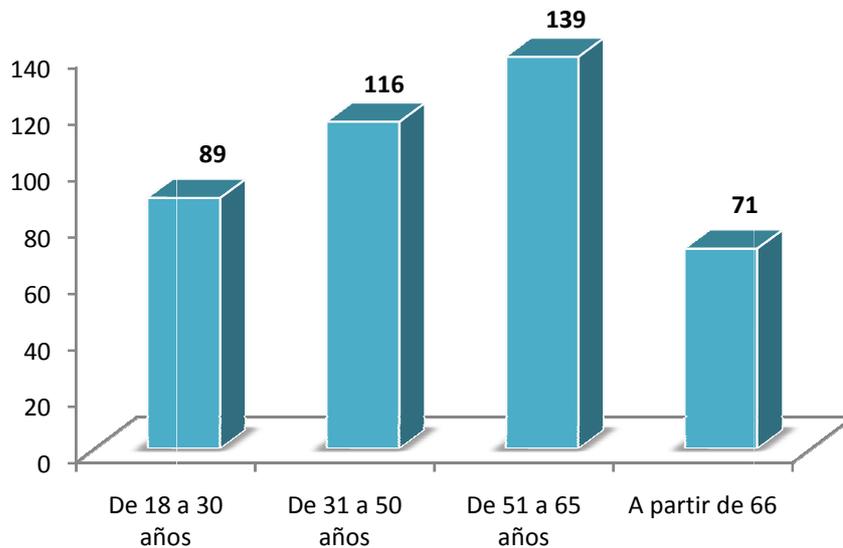
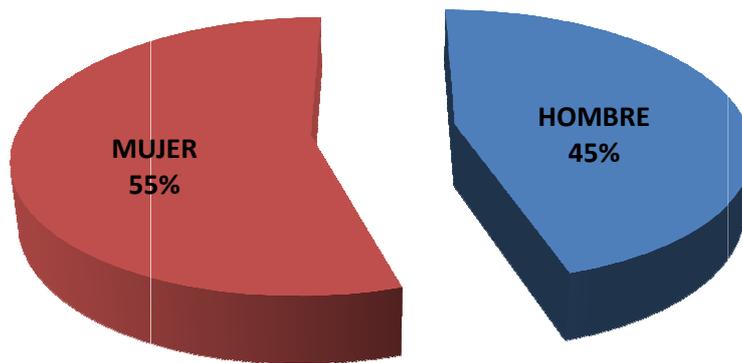
Por último se les ha solicitado a los encuestados que valoren del 1 al 3 la oferta comercial de los ejes principales y secundarios de Las Fuentes, siendo 1 insuficiente, 2 adecuada pero mejorable y 3 suficiente. La media de todas las valoraciones obtenidas es la siguiente:

- Compromiso de Caspe: 2,67
- Salvador Minguijón: 1,54
- Dr. Iranzo: 1,58
- Monasterio de Siresa: 2,2

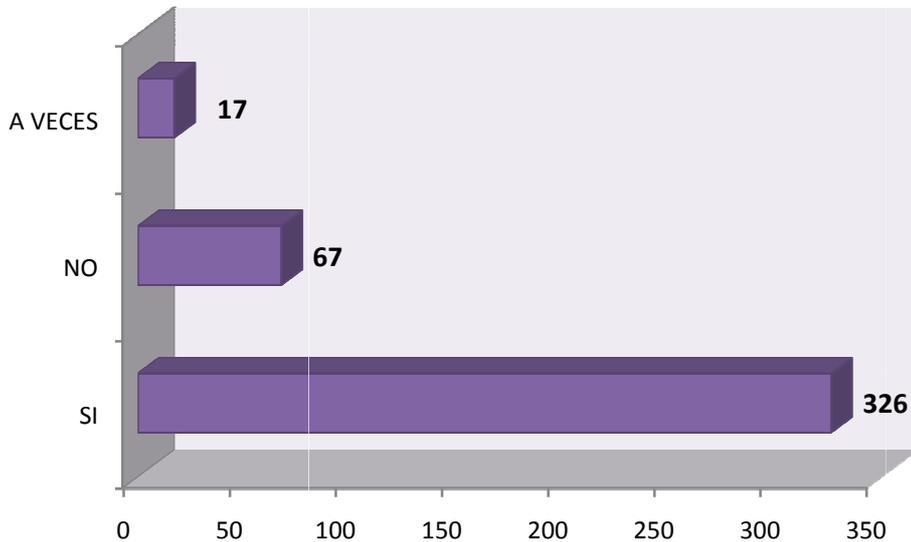
Como se puede observar el eje **mejor valorado** es **Compromiso de Caspe** que según la opinión de los residentes tiene una oferta suficiente, en cambio el eje **peor valorado** es **Salvador Minguijón** que se encuentra entre una oferta insuficiente y adecuada pero mejorable.

DELICIAS

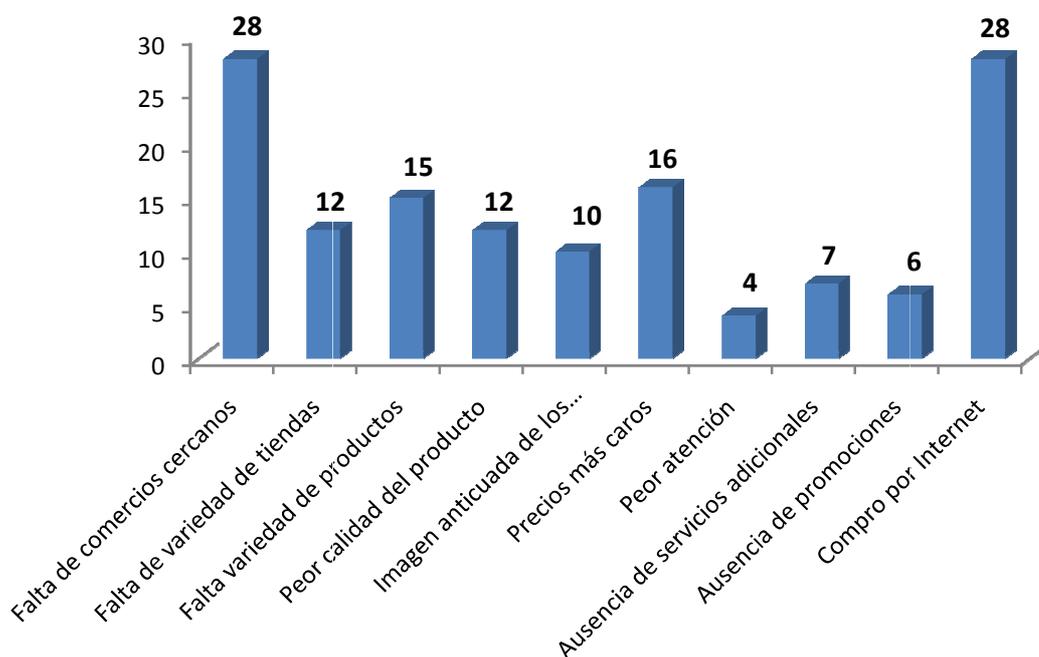
En el barrio de Delicias se han realizado 412 encuestas entre sus residentes. El 55% de los encuestados han sido mujeres y un 45% hombres. Sus edades han estado comprendidas principalmente entre los 51 y los 65 años (en un 34%) y únicamente un 17% han sido mayores de 66 años.



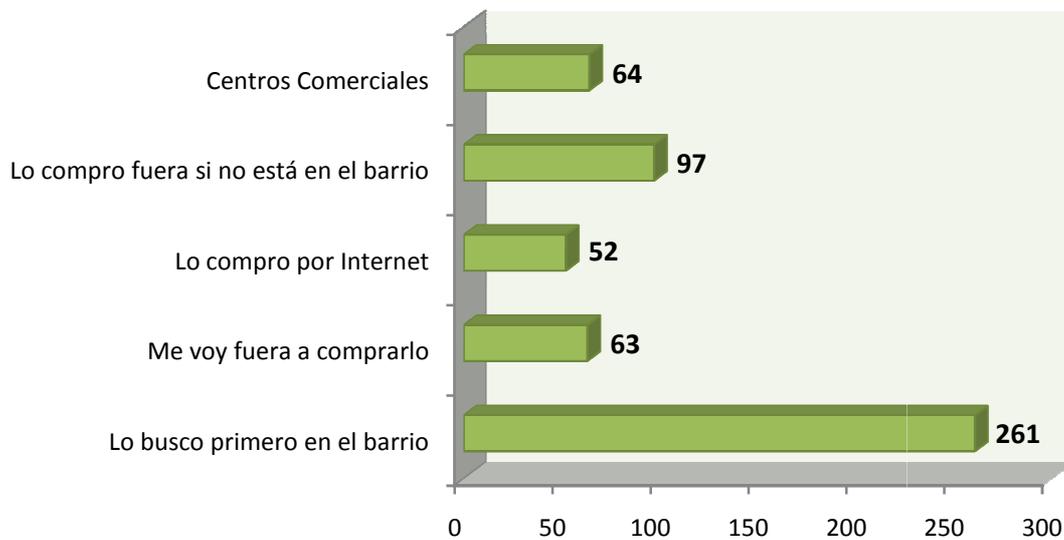
Un **83%** de los encuestados **realiza sus compras habitualmente o a veces en el barrio**, frente a un 16% que no lo hace.



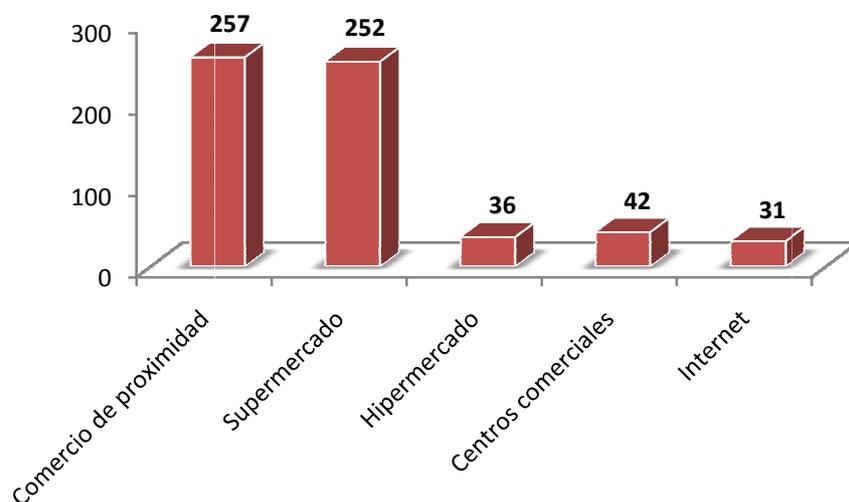
Aquellas personas que no consumen en el barrio se debe principalmente a los siguientes motivos: compran por Internet (el 42%), falta de comercios cercanos (el 42%), precios más caros (el 24%) y falta de variedad de productos (el 22%). * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en Delicias que no compran en el barrio, 67 residentes.



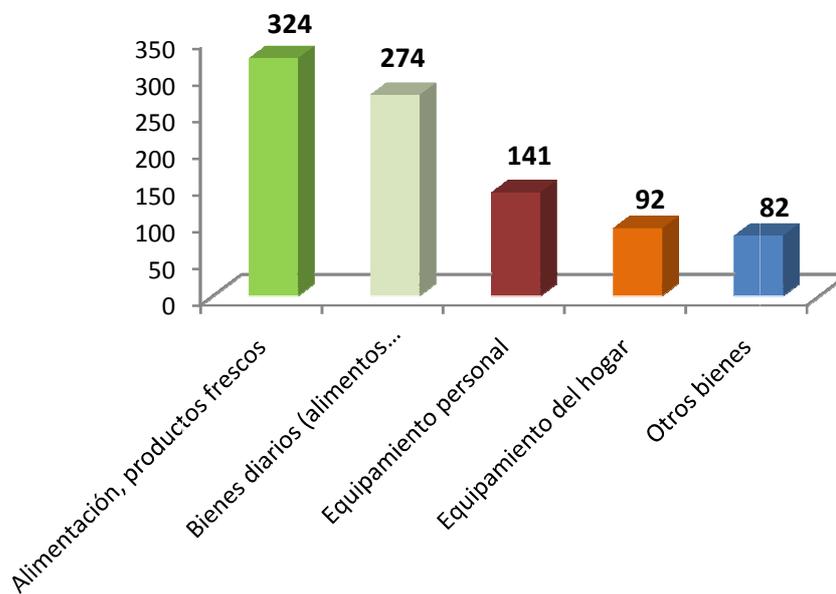
Entre los residentes del barrio de Delicias, la **primera opción** cuando necesitan comprar algún producto o servicio, en el **63% de los casos es buscarlo en el barrio**, un 24% lo compra fuera del barrio si no existe oferta comercial del mismo, pero para un 44% su primera opción es comprarlo por Internet, irse fuera directamente aunque haya oferta comercial en el barrio o acudir a un centro comercial. * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en Delicias, 412 residentes.



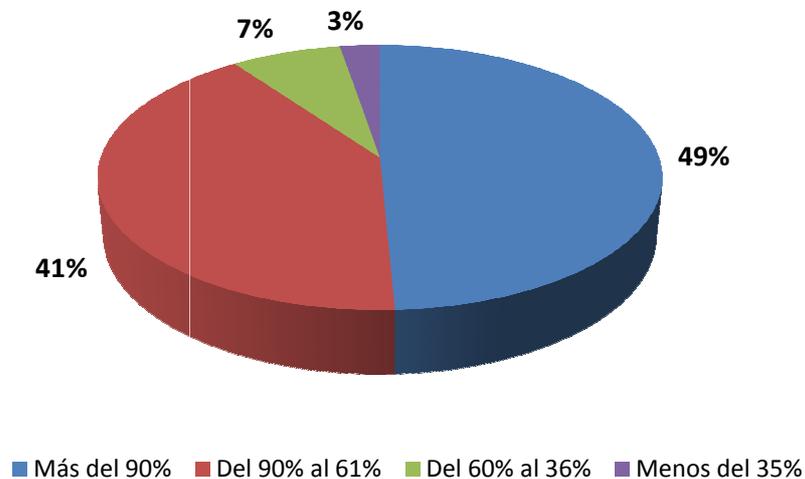
El tipo de formato comercial en el que suele comprar el residente de las Delicias en primer lugar es en el comercio de proximidad, seguido del supermercado, los centros comerciales, hipermercado e Internet.



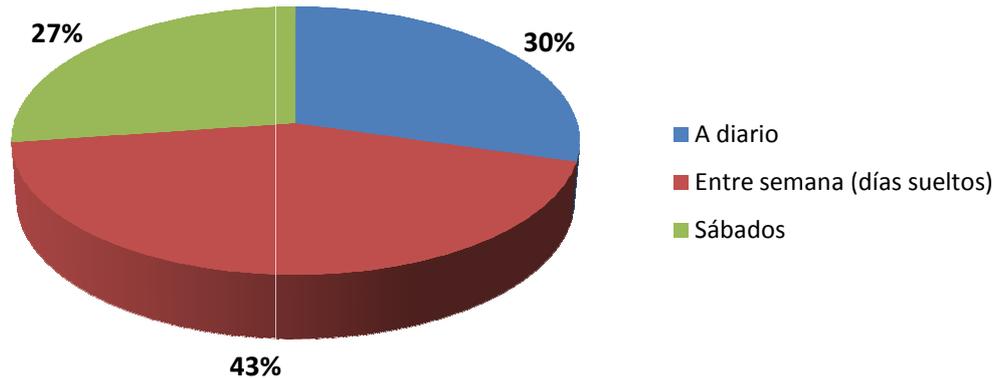
La **alimentación-productos frescos** y los **bienes diarios** son los más consumidos en el barrio (un 94% y un 80% respectivamente), el **equipamiento personal**, el **equipamiento del hogar** y **otros bienes** son los que sectores que sufren una **mayor fuga de consumo**, ya que únicamente lo compran en el barrio un 41%, un 27% y un 24% respectivamente. * Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en Delicias que compran habitualmente en el barrio, 343 residentes.



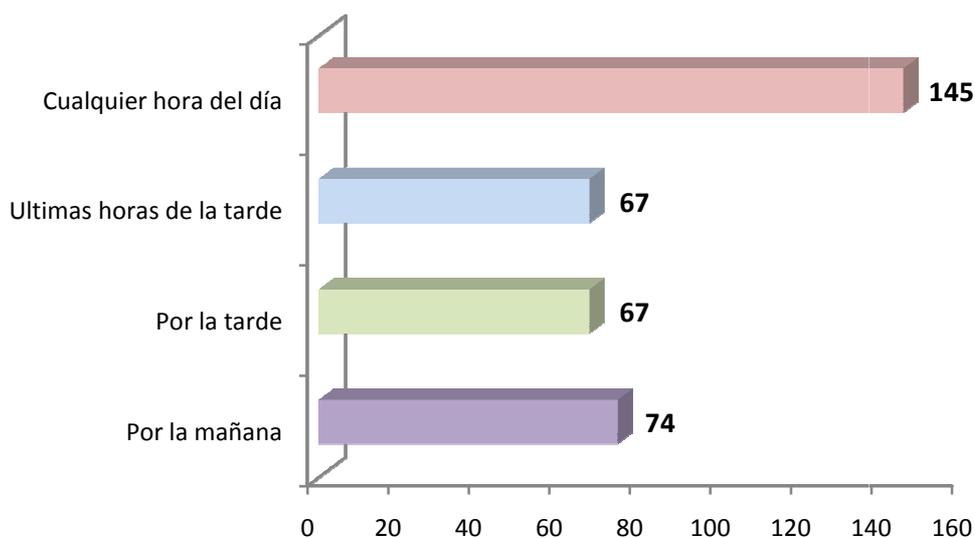
Respecto al **volumen de compra**, casi la mitad de los residentes realiza en el barrio más del 90% de sus compras y un 10% realiza menos del 60% de las mismas.



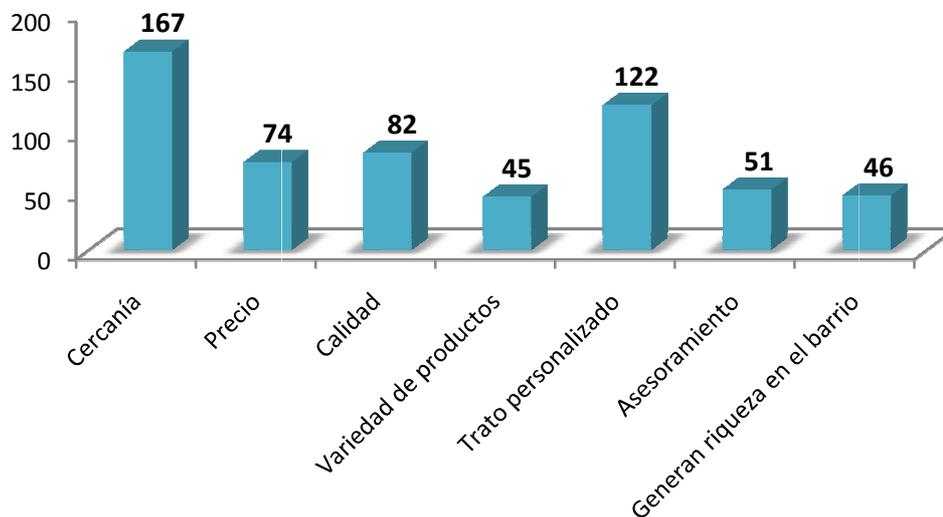
El **43%** de los consumidores de las Delicias realiza sus **compras entre semana** (días sueltos) y un 28% compras los sábados, prácticamente el mismo porcentaje que aquellos que compran todos los días de la semana.



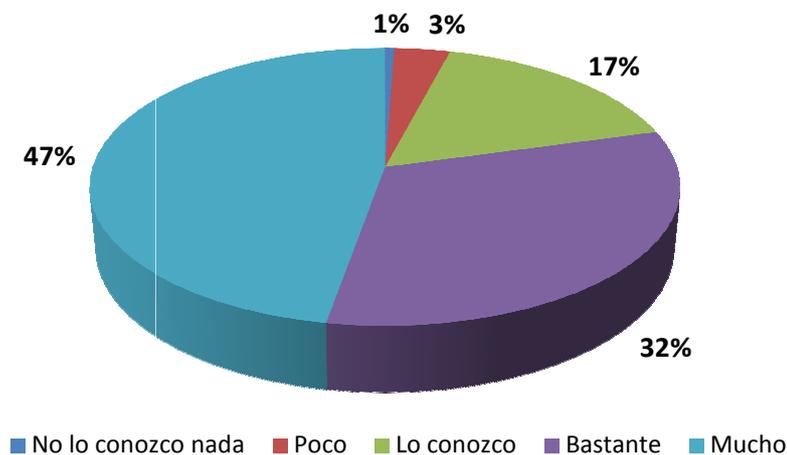
El **41%** de los residentes **no tienen un horario fijo de compra**, sino que la realizan a cualquier hora. Un 38% compra normalmente por las tardes y un 21% por las mañanas.



Los aspectos del comercio de proximidad que **más valoran los consumidores** son: la **cercanía de los establecimientos** (un 49%), el **trato personalizado** que ofrecen (un 36%) y la **calidad de sus productos** (un 24%). En cambio, los aspectos menos valorados son la variedad de productos (un 13%), el asesoramiento (un 15%) y que **generan riqueza en el barrio** (un 16%).* Al ser una pregunta de respuestas múltiples cada uno de los porcentajes se ha calculado sobre el total de los encuestados en Delicias que compran habitualmente en el barrio, 343 residentes.



El **79%** de los residentes de Delicias considera que **conoce bastante/mucho** la oferta de comercio y servicios de su barrio, únicamente un 5% considera que lo conoce poco o nada.



Al preguntar a los encuestados por el tipo de **comercio o servicios** que consideran que faltan en el barrio, mayoritariamente han opinado lo siguiente:

- **Alimentación:** Pescaderías, charcuterías y productos especializados.
- **Equipamiento personal:** Moda, zapaterías y lencería-mercería.
- **Hogar:** Muebles-decoración, muebles de cocina y baño, ferreterías e informática.
- **Otras actividades:** Librerías, tiendas de regalos y de deporte.
- **Servicios:** Agencias de viaje y clínicas veterinarias.

Para finalizar, se les ha solicitado a los encuestados que **valoren** del 1 al 3 la **oferta comercial de los ejes principales y secundarios** de las Delicias, siendo 1 insuficiente, 2 adecuada pero mejorable y 3 suficiente. Obteniendo las siguientes valoraciones:

- Avda. de Madrid: 2,8
- Santander: 1,69
- Jordana: 1,44
- Delicias: 2,82
- García Sánchez: 1,73
- Unceta: 1,52
- Duquesa Villahermosa: 1,75
- Pº Calanda: 1,58
- Vía Universitarias: 2,04

Como se puede observar el mejor valorado es la Avda. de Madrid, considerando los residentes que su oferta comercial es suficiente, en cambio el peor valorado es la calle Jordana de la que piensan que tiene una oferta comercial insuficiente.