

3. ANALISIS DE LA OFERTA COMERCIAL.

3.1. Objeto y metodología.

3.1.1. Objeto

El objeto de este capítulo es analizar la oferta de establecimientos comerciales existentes en la Comunidad Autónoma de Aragón atendiendo a las diferentes variables que configuran su estructura:

1. Número de establecimientos comerciales minoristas.
2. Superficie de venta del comercio minorista
3. Tamaño medio del comercio minorista.
4. Ratios de equipamiento comercial (Índice de dotación comercial e índice de superficie comercial)

Adicionalmente, se ha establecido una comparativa respecto del Estudio Comercial realizado en 1998 de los anteriores parámetros permitiendo obtener conclusiones no sólo de la situación actual sino de la evolución seguida en los últimos cinco años. Además, en la medida que el estudio de 1998 realizada una comparativa respecto a estudios iniciales realizadas en el año 1993 esto ha permitido establecer un análisis de la evolución seguida por el comercio en Aragón en los últimos diez años.

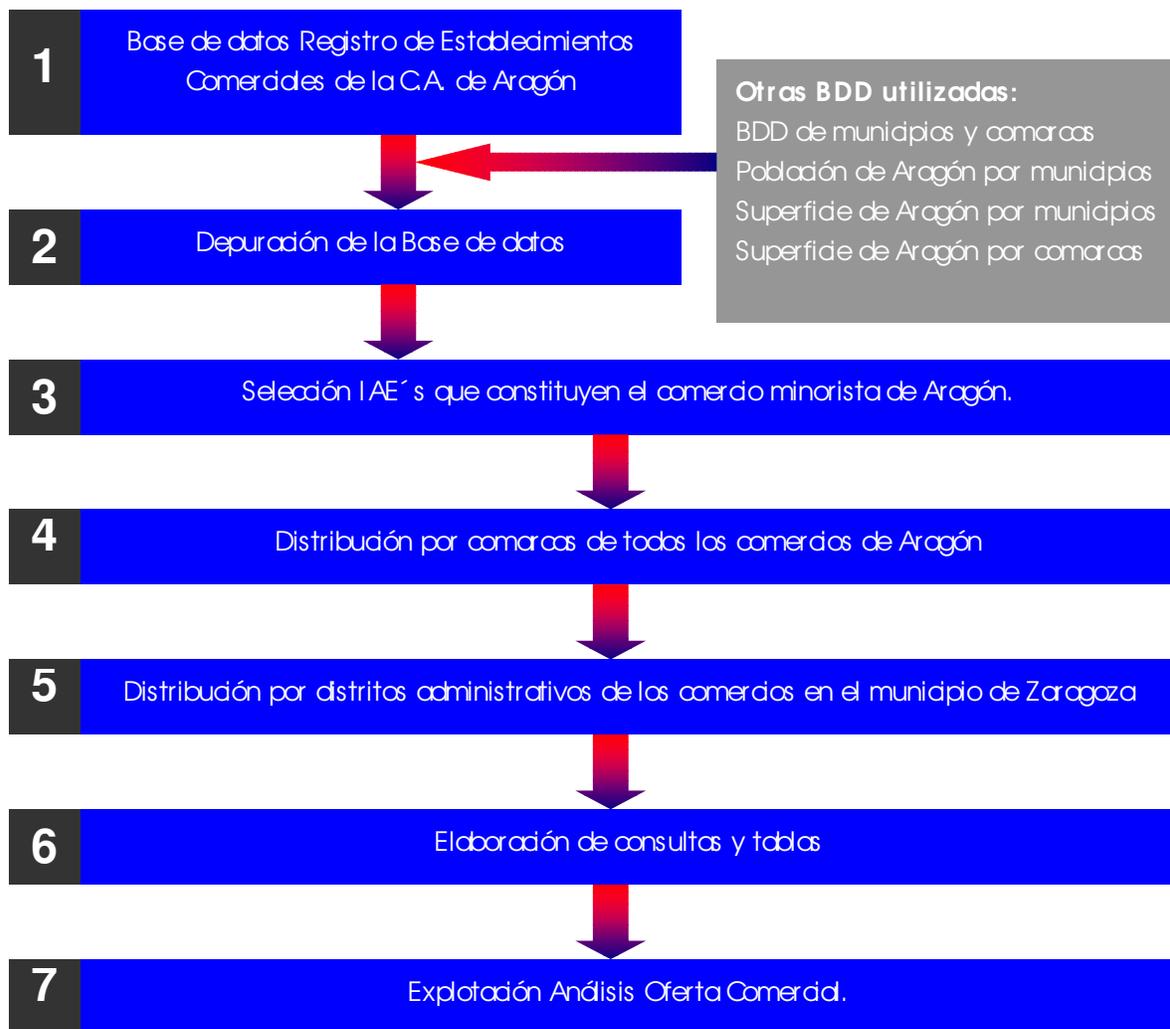
La metodología señalada se ha realizado desagregando los datos según los límites de las 33 actuales comarcas, análisis que se emplea posteriormente a lo largo del estudio mediante la clasificación de dichas comarcas en Polaridades Comerciales. En el caso de la comarca de Zaragoza, dadas sus peculiaridades, el estudio se ha realizado analizando el municipio de Zaragoza, dividida según los distritos administrativos, para posteriormente ampliar el análisis al resto de la Comarca.

No obstante, el presente capítulo incluye un extracto con los aspectos más relevantes del análisis de la oferta comercial si bien un estudio más detallado se encuentra íntegramente en el Anexo 1 del presente estudio.

A continuación se describe la metodología empleada para elaborar el análisis de la oferta comercial a partir de la Base de Datos del Registro de Establecimientos Comerciales de la Comunidad Autónoma de Aragón.

3.1.2. Metodología.

La metodología utilizada se ha realizado a partir de la información proporcionada por el Gobierno de Aragón referente al Registro de Establecimientos Comerciales Minoristas de la Comunidad Autónoma de Aragón. A título informativo se muestran a continuación las principales actividades realizadas para la realización del presente capítulo sobre la base de datos de establecimientos comerciales.



Para la realización del estudio se han excluido los comercios mayoristas, así como los de actividades dedicadas a servicios. Al objeto de utilizar una nomenclatura más sencilla, la tabla adjunta establece la [clasificación empleada en el estudio](#) donde se relaciona el Impuesto de Actividades Económicas con los grupos de actividades empleados en los estudios de planes comerciales y empleada en el anterior PEC con el fin de facilitar su comparación.

Código IAE	Clave	Descripción
64	100	Alimentos, bebidas y tabaco
641	101	Frutas, verduras y Hortalizas
642	102	Carnes, charcutería y casquería
643	103	Pescados y mariscos
644	104	Pan, pastelería, confitería, leche y productos lácteos
645	105	Vinos y bebidas
646	106	Tabacos
6471	107	Otro Comercio al Por Menor de Productos Alimenticios
651	200	Textil, confección, calzado, pieles y artículos de cuero
6511	201	Productos textiles, confección para el hogar, alfombras y tapicería
6512	202	Prendas exteriores de vestir
6513	203	Lencería y Corsetería
6514	204	Mercería y Paquetería
6515	205	Prendas Especiales
6516	206	Calzado, marroquinería
6517	207	Peletería
652	300	Droguería, perfumería, farmacia
6521	301	Farmacia
6522	302	Droguería, perfumería, decoración y productos químicos
6523	303	Higiene y aseo personal
6524	304	Plantas y hierbas
653	400	Hogar y Construcción
6531	401	Mobiliario (excepto oficina)
6532	402	Aparatos eléctricos y electrodomésticos
6533	403	Menaje, ferretería y vidrio
6534	404	Construcción y artículos de mobiliario y saneamiento

Código IAE	Clave	Descripción
6535	405	Puertas, ventanas, persianas, molduras y marcos
6536	406	Bricolaje
6539	407	Otros
654/655	500	Accesorios para vehículos y motocicletas
659	700	Otro comercio al por menor
	800	Comercio Mixto o Integrado
6472	810	Autoservicio (40 a 120 m ² de superficie de venta)
6473	820	Superservicios (121 a 400 m ² de superficie de venta)
6474	830	Supermercado (mayor de 400 m ² de superficie)
6612	840	Comercio en Hipermercados
6611	850	Comercio en Grandes Almacenes
6613	860	Comercio en Almacenes Populares
6621	870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo
6622	880	Otro comercio mixto

De modo análogo a la metodología empleada en el PEC de 1998, de modo que pueda facilitar su comparación, para la explotación de la oferta comercial se ha procedido a eliminar del informe los siguientes grupos:

- *Grupo 654. Comercio al por menor de vehículos terrestres, aeronaves y embarcaciones de maquinaria, accesorios y piezas de recambio. Con la excepción de los epígrafes:*
 - ♣ *Epígrafe 6542: Comercio al por menor de accesorios y piezas de recambio para vehículos terrestres.*
 - ♣ *Epígrafe 6546. Comercio al por menor de cubiertas, bandas o bandeja y cámaras de aire de toda clase de vehículos.*
- *Grupo 6553. Comercio al por menor de carburantes para el surtido de vehículos y aceites y grasas lubricantes.*

Las razones de exclusión de estos subgrupos se debe a dos factores:

- ♣ En primer lugar, debido a las peculiaridades de compra de estos productos frente al resto.

- ♣ Por otra parte la divergencia que supondría en algunos indicadores su inclusión (superficie de venta, gasto comercial...) y que conllevaría la obtención de unos resultados no acordes con la realidad dificultando su comparación.

Por otro lado, es conveniente destacar, que los grupos que corresponden a Autoservicios, Supermercados ó Hipermercados (clasificados según IAE en el grupo 100) pero que se diferencian en función de su tamaño, se han analizado de modo detallado a través de la clave 800 (comercio mixto o integrado) con el fin de lograr un mejor seguimiento del análisis de la oferta comercial de esta tipología comercial.

Tal y como se ha comentado anteriormente, el [ámbito geográfico](#) para el estudio es la Comunidad Autónoma de Aragón empleando el mismo sistema de división para el análisis por el lado de la oferta y la demanda. Para ello, se han considerado las 33 comarcas establecidas en la Ley 8/1996 de Comarcalización, considerando las correcciones municipales realizadas en la constitución de las comarcas.

Además de la división anterior se han clasificado todos los comercios pertenecientes al municipio de Zaragoza por distritos administrativos. En el caso de la Margen Izquierda se ha realizado una división en dos zonas: Actur y Arrabal-La Jota.

- | | |
|----------------|----------------------------|
| 1. Casco | 8. Oliver-Valdefierro |
| 2. Centro | 9. Torrero- La Paz |
| 3. Delicias | 10. Margen Izquierda |
| 4. Ensanche | 10 A. Actur |
| 5. San José | 10 B. Arrabal – La Jota |
| 6. Las Fuentes | 11. Barrios Rurales Norte |
| 7. La Almozara | 12. Barrios Rurales Oeste. |

3.2. Explotación de la Oferta Comercial.

En primer lugar se ha analizado la **superficie de venta del comercio minorista** con que cuenta en la actualidad Aragón, comparándola con la que tenía en el año 1998. Como se detallará posteriormente la superficie comercial de Aragón ha experimentado variaciones importantes a lo largo de todo el territorio aragonés tanto en lo referente a tipologías comerciales como en distribución territorial.

En segundo lugar, y siguiendo un esquema similar, se ha analizado el **número de establecimientos** en sus diferentes repartos territoriales y de actividad.

Posteriormente, en función de los datos anteriormente descritos, se han estudiado los **ratios comerciales** principales que ponen en relación tanto el número de comercios como la superficie de venta respecto a la población. Dichos indicadores se han puesto en comparación tanto con los datos obtenidos en el anterior estudio como entre las diferentes comarcas entre sí y las medias nacionales con el fin de valorar la situación actual desde una comparativa temporal e intrarregional.

3.2.1. Superficie Comercial de Aragón.

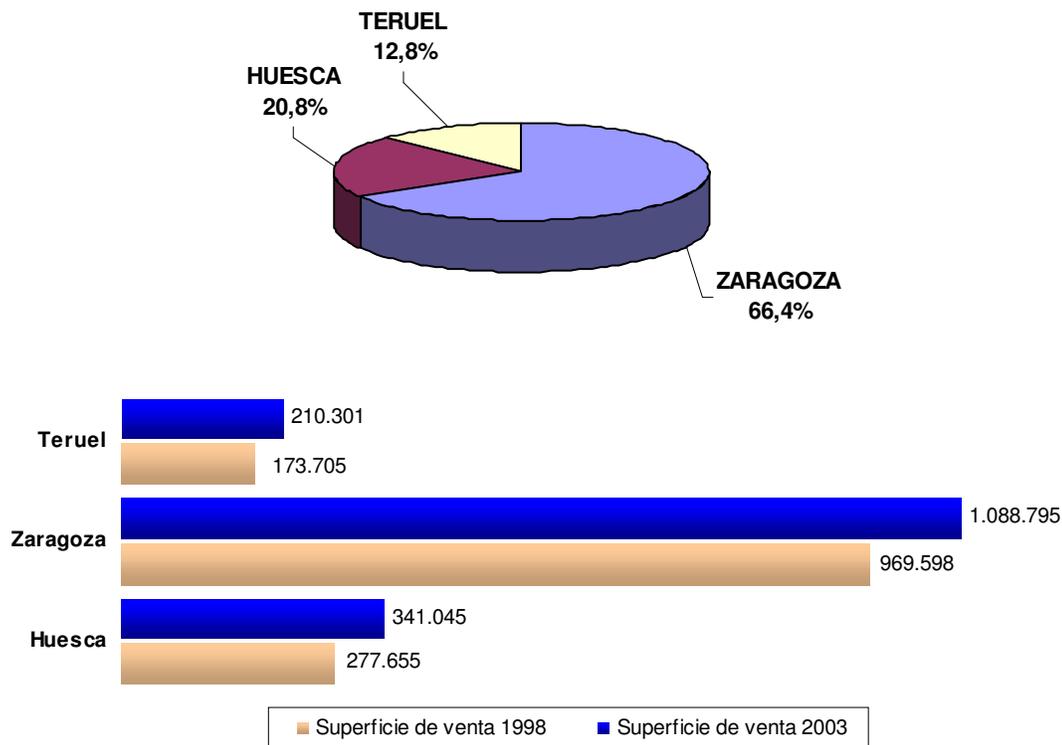
3.2.1.A. Distribución de la superficie de venta por provincias

La superficie total de venta del comercio minorista considerada de la Comunidad Autónoma de Aragón en 2003 es de **1.640.141 m²** frente a los 1.420.968 m² de 1998, lo que implica que dicha superficie ha experimentado un aumento del 15,42% en los últimos 5 años.

Si se analiza la distribución de metros cuadrados de comercio minorista de Aragón por provincias se observa una concentración del 66,38% en Zaragoza, lo que supone 1.088.795 m². Le sigue la provincia de Huesca con el 20,79% (341.045 m²) mientras que Teruel suma el porcentaje restante, un 12,82% de la superficie de venta (210.301 m²).

PROVINCIA	Superficie de Venta 1998	% sobre Total de Aragón 1998	Superficie de Venta 2003	% sobre Total de Aragón 2003
HUESCA	277.655	19,54%	341.045	20,79%
ZARAGOZA	969.598	68,24%	1.088.795	66,38%
TERUEL	173.705	12,22%	210.301	12,82%
TOTAL ARAGÓN	1.420.968	100%	1.640.141	100%

Superficie de venta de Aragón por provincias 2003



3.2.1.B. Distribución de la superficie de venta por comarcas

Analizando la superficie de venta por comarcas, en la tabla adjunta se detalla distribución. Adicionalmente se ha calculado el peso por cada una de las comarcas tanto sobre el total de Aragón como el total provincial.

COMARCA		Superficie de Venta 1998	% sobre Total de Aragón 1998	Superficie de Venta 2003	% sobre Total de Aragón 2003	Tasa variación
01	La Jacetania	30.525	2,15%	41.776	2,55%	36,86%
02	Alto Gállego	15.058	1,06%	20.486	1,25%	36,05%
03	Sobrarbe	7.531	0,53%	7.617	0,46%	1,14%
04	La Ribagorza	12.326	0,87%	15.535	0,95%	26,03%
05	Cinco Villas	49.090	3,45%	35.426	2,16%	-27,83%
06	Hoya de Huesca / Plana de Uesca	77.503	5,45%	86.178	5,25%	11,19%
07	Somontano de Barbastro	37.545	2,64%	42.849	2,61%	14,13%
08	Cinca Medio	29.117	2,05%	38.107	2,32%	30,88%

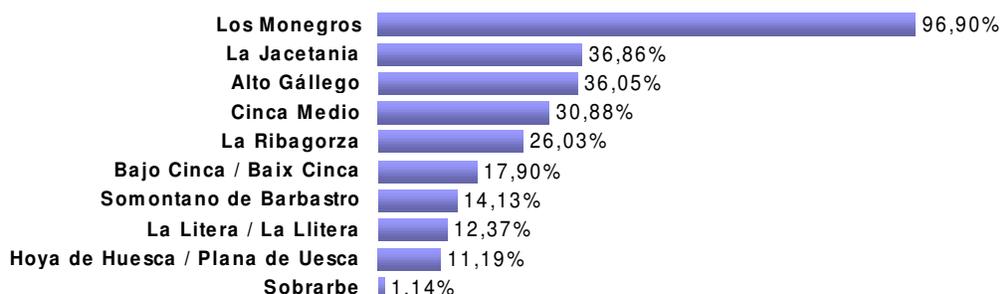
Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

COMARCA		Superficie de Venta 1998	% sobre Total de Aragón 1998	Superficie de Venta 2003	% sobre Total de Aragón 2003	Tasa variación
09	La Litera / La Llitera	25.200	1,77%	28.318	1,73%	12,37%
10	Los Monegros (*)	19.302	1,36%	38.006	2,32%	96,90%
11	Bajo Cinca / Baix Cinca	23.558	1,66%	27.774	1,69%	17,90%
12	Tarazona y el Moncayo	13.271	0,93%	16.522	1,01%	24,50%
13	Campo de Borja	12.023	0,85%	11.651	0,71%	-3,09%
14	Aranda	3.955	0,28%	5.602	0,34%	41,64%
15	La Ribera Alta del Ebro	14.840	1,04%	15.088	0,92%	1,67%
16	Valdejalón	16.121	1,13%	18.346	1,12%	13,80%
17	Zaragoza	783.644	55,15%	900.231	54,89%	14,88%
18	La Ribera Baja del Ebro	7.913	0,56%	7.768	0,47%	-1,83%
19	Bajo Aragón Caspe / Baix Aragó-Casp	14.760	1,04%	14.864	0,91%	0,70%
20	Calatayud	33.970	2,39%	40.245	2,45%	18,47%
21	Campo de Cariñena	6.755	0,48%	7.568	0,46%	12,04%
22	Campo de Belchite	4.412	0,31%	3.400	0,21%	-22,94%
23	Bajo Martín (*)	18.470	1,30%	31.099	1,90%	68,38%
24	Campo de Daroca	8.844	0,62%	6.483	0,40%	-26,70%
25	Jiloca	12.838	0,90%	14.577	0,89%	13,55%
26	Cuencas Minera	10.914	0,77%	10.877	0,66%	-0,34%
27	Andorra-Sierra de Arcos	17.207	1,21%	19.896	1,21%	15,63%
28	Bajo Aragón	41.123	2,89%	45.456	2,77%	10,54%
29	Teruel	54.457	3,83%	62.528	3,81%	14,82%
30	Maestrazgo	2.195	0,15%	3.346	0,20%	52,44%
31	Sierra de Albarracín	4.207	0,30%	4.809	0,29%	14,31%
32	Gúdar-Javalambre	6.318	0,44%	7.327	0,45%	15,97%
33	Matarraña / Matarranya	5.976	0,42%	10.386	0,63%	73,80%
PROVINCIA DE HUESCA		277.655	19,54%	341.045	20,79%	22,83%
PROVINCIA DE ZARAGOZA		969.598	68,24%	1.088.795	66,38%	12,29%
PROVINCIA DE TERUEL		173.705	12,22%	210.301	12,82%	21,07%
TOTAL ARAGÓN		1.420.968	100%	1.640.141	100%	15,42%

(*) Incluye dos cooperativas clasificadas dentro del grupo 300 de gran tamaño no incluidas en el periodo anterior.

De acuerdo a los gráficos adjuntos, en la provincia de Huesca, las tres comarcas con mayor superficie (Jacetania, Somontano de Barbastro y Hoya de Huesca) suman el 50% de la superficie disponible destacando Hoya de Huesca sobre el resto. De forma similar, en la provincia de Teruel, la comarca de Teruel seguido del Bajo Aragón y Bajo Martín de modo que conjuntamente suman las dos terceras partes de la superficie disponible en la provincia. En el caso de la provincia de Zaragoza, el porcentaje alcanzado por la comarca de Zaragoza sobre la provincia es del 82,68%.

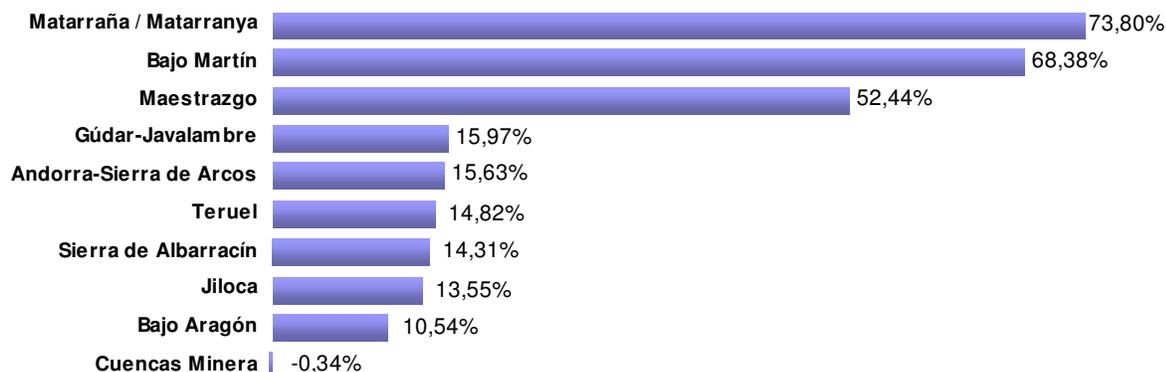
Variación de la superficie comercial de la provincia de Huesca por comarcas (1998-2003)



Variación de la superficie comercial de la provincia de Zaragoza por comarcas (1998-2003)



Variación de la superficie comercial de la provincia de Teruel por comarcas (1998-2003)

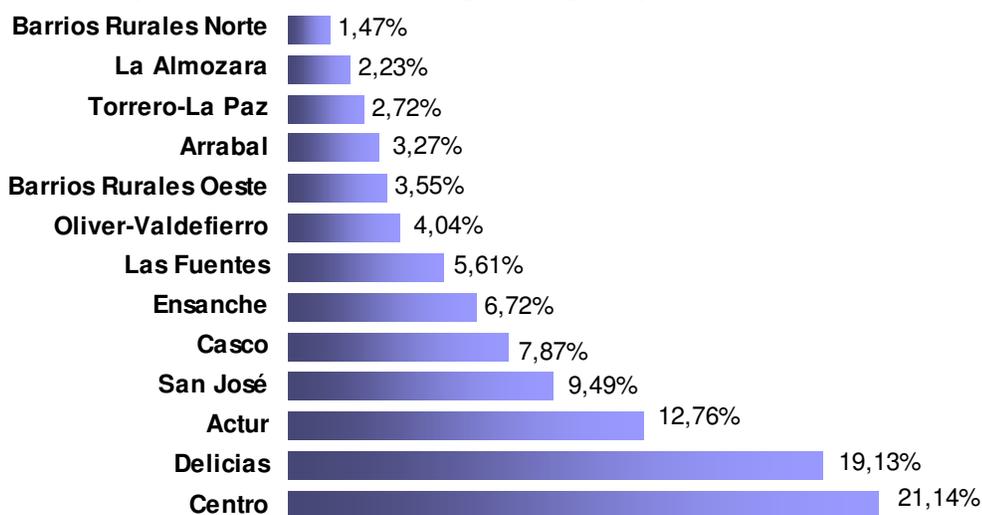


3.2.1.C Distribución de la superficie de venta por distritos en el municipio de Zaragoza

Analizando los establecimientos existentes dentro del municipio de Zaragoza éstos tienen disponible una superficie de venta de 839.363 m², lo que supone una superficie de 51,18% respecto al total de Aragón.

DISTRITO		SUPERFICIE VENTA	%
1	Casco	66.085	7,87%
2	Centro	177.423	21,14%
3	Delicias	160.593	19,13%
4	Ensanche	56.365	6,72%
5	San José	79.668	9,49%
6	Las Fuentes	47.055	5,61%
7	La Almozara	18.729	2,23%
8	Oliver-Valdefierro	33.899	4,04%
9	Torrero-La Paz	22.864	2,72%
10	Margen Izquierda	134.561	16,03%
10A	Actur	107.084	12,76%
10B	Arrabal-La Jota	27.477	3,27%
11	Barrios Rurales Norte	12.352	1,47%
12	Barrios Rurales Oeste	29.769	3,55%
TOTAL ZARAGOZA		839.363	100%

Reparto de superficie comercial de Zaragoza (capital) por distritos administrativos



Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

De acuerdo al reparto de la superficie de venta por distritos administrativos, el 21,14% se concentra en el distrito del Centro seguido de Delicias con el 19,13%, Actur con el 12,76% y San José con el 9,49%.

Por el contrario, los distritos con menor superficie de venta son, además de los Barrios Rurales del Norte, Almozara y Torrero-La Paz con porcentajes inferiores al 3%.

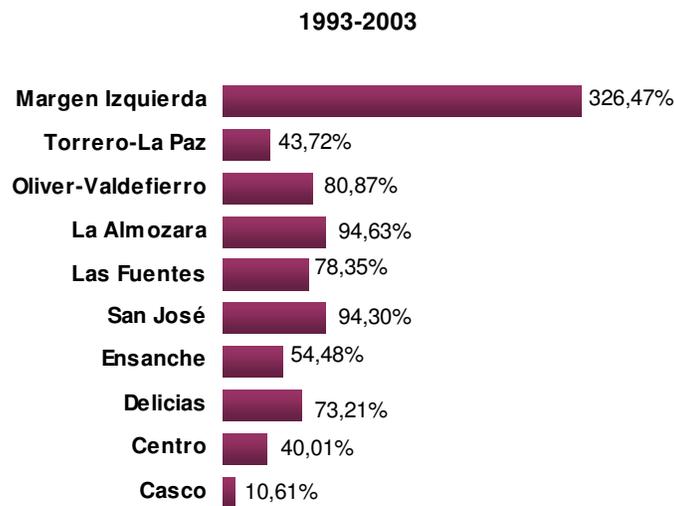
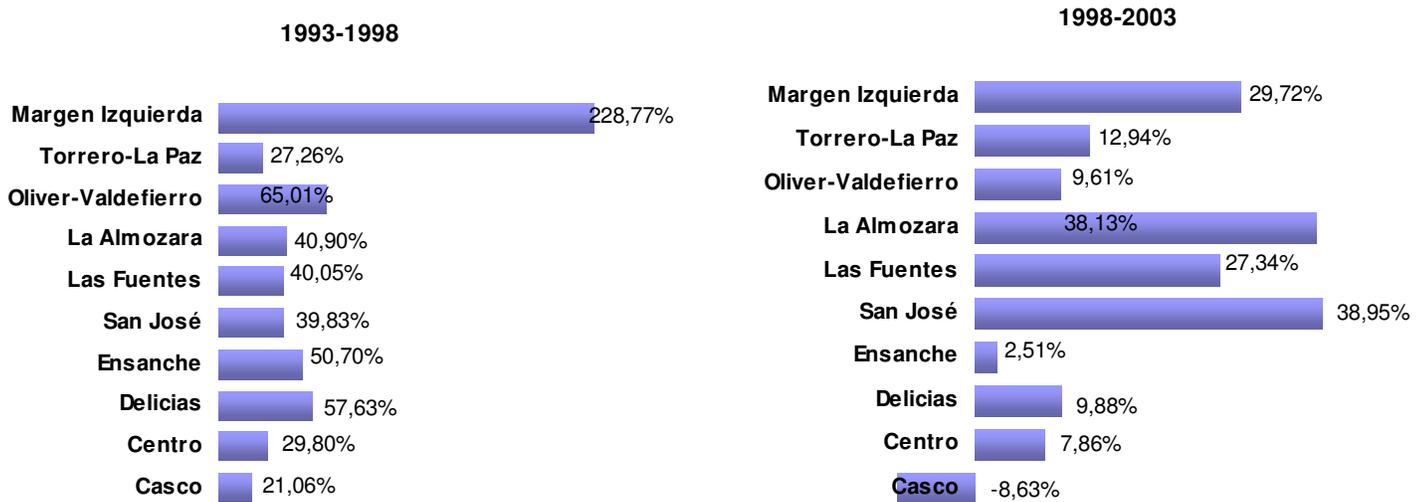
Analizando **comparativamente la superficie de venta respecto a los años 1993 y 1998**, tal y como se detalla en el cuadro adjunto, el resultado que arroja es de un crecimiento de un 13,78% respecto a 1998 y de un 73,73% respecto a 1993 (sin tener en cuenta los barrios rurales)

DISTRITO		SUPERFICIE DE VENTA 1993	SUPERFICIE DE VENTA 1998	SUPERFICIE DE VENTA 2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
1	Casco	59.747	72.330	66.085	21,1%	-8,63%	10,61%
2	Centro	126.725	164.489	177.423	29,8%	7,86%	40,01%
3	Delicias	92.718	146.154	160.593	57,6%	9,88%	73,21%
4	Ensanche	36.487	54.986	56.365	50,7%	2,51%	54,48%
5	San José	41.003	57.335	79.668	39,8%	38,95%	94,30%
6	Las Fuentes	26.384	36.951	47.055	40,1%	27,34%	78,35%
7	La Almozara	9.623	13.559	18.729	40,9%	38,13%	94,63%
8	Oliver-Valdefierro	18.742	30.927	33.899	65,0%	9,61%	80,87%
9	Torrero-La Paz	15.909	20.245	22.864	27,3%	12,94%	43,72%
10	Margen Izquierda	31.552	103.733	134.561	228,8%	29,72%	326,47%
10A	<i>ACTUR</i>	-	-	<i>107.084</i>	-	-	-
10B	<i>Arrabal</i>	-	-	<i>27.477</i>	-	-	-
11	Barrios Rurales Norte	-	-	12.352	-	-	-
12	Barrios Rurales Oeste	-	-	29.769	-	-	-
TOTAL ZARAGOZA		458.890	700.709	839.363	52,7%	19,79%	82,91%

Por **distritos administrativos**, tal y como se observa en el gráfico adjunto, se observa el importante crecimiento respecto al año 1998 de los distritos San José, La Almozara, Margen Izquierda y Las Fuentes. Por otro lado, el único distrito que ha reducido la superficie de venta respecto al periodo anterior es el Casco con un 8,6%. Si el análisis se realiza en los últimos diez años 1993-2003 destaca especialmente el importante crecimiento de la Margen Izquierda que ha triplicado en diez años su superficie de venta, seguido de La Almozara con 94,63% y

San José con 94,30%. En este mismo periodo el Casco es el distrito con menor crecimiento en este periodo 1993-2003 pero ha aumentado ligeramente su superficie con un 10,61%.

Evolución porcentual de la superficie comercial por distritos entre 1993 y 2003.



Realizando la comparativa de la evolución seguida por distritos de la superficie comercial entre 1993-1998 y 1998-2003 destaca especialmente el crecimiento de Margen Izquierda, que se produjo en mayor medida en el primer periodo. Por otra parte, en general durante la primera etapa la mayor parte de los distritos experimentaron un crecimiento importante. En el caso de Ensanche y Oliver-Valdefierro el incremento de superficie de venta experimentado durante el periodo 1993-1998 se ha estancado en los últimos años a favor de otros distritos como San José y Las Fuentes.

3.2.1.D. Distribución de superficie por grupos de actividad para Aragón.

Si desagregamos la superficie de venta de Aragón por grupos de actividad, la mayor concentración tiene lugar en los grupos que concentran las grandes superficies (grupo 800) con casi el 30% de la superficie de venta en Aragón, seguido del grupo de productos del hogar (grupo 400) con 23,77% .

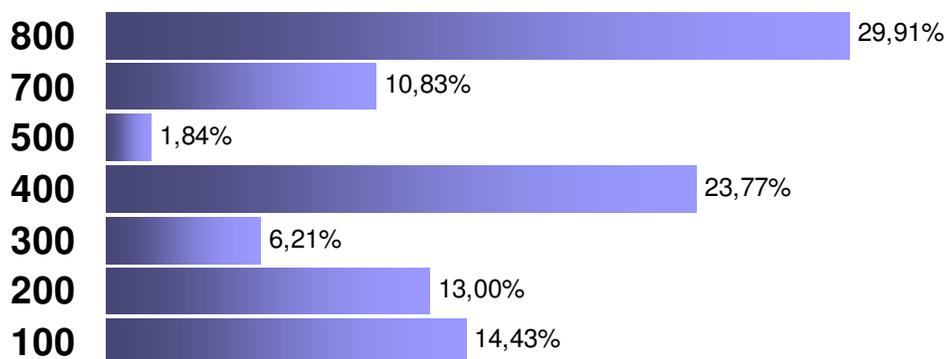
Por el contrario, el tipo de establecimientos con menor superficie de venta son los del droguería, perfumería y farmacia que incluye un 6,21% del total de Aragón.

Clave	Descripción	Superficie (m ²)		% sobre total del grupo
		1998	2003	
100	Alimentos, bebidas y tabaco	232.876	236.693	14,43%
200	Textil, confección, calzado	197.850	213.290	13,00%
300	Droguería, perfumería y farmacia	67.445	101.862	6,21%
400	Hogar y construcción	357.719	389.915	23,77%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	64.423	30.192	1,84%
700	Otro comercio al por menor	168.842	177.661	10,83%
800	Comercio mixto por secciones	331.813	490.528	29,91%
810	Autoservicios (40 a 120 m2)	27.265	29.734	1,81%
820	Superservicios (121 a 400 m2)	45.491	42.626	2,60%
830	Supermercados (>400 m2)	40.032	88.295	5,38%
840	Hipermercados	92.682	100.150	6,11%
850	Grandes Almacenes	43.455	75.777	4,62%
860	Almacenes Populares	57.973	67.239	4,10%

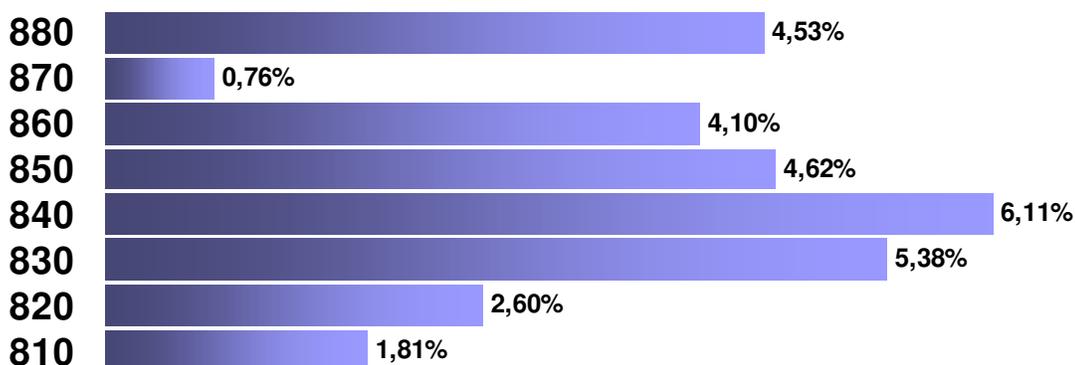
Clave	Descripción	Superficie (m ²)	Superficie (m ²)	% sobre total del grupo
		1998	2003	
870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo	3.483	12.425	0,76%
880	Otro comercio mixto	21.432	74.282	4,53%
	TOTAL	1.420.968	1.640.141	100%

Analizando de manera detallada el grupo 800, que representa casi el 30% de la superficie de venta y que engloba los comercios considerados mixtos por secciones, la distribución comercial se concentra en los Hipermercados (grupo 840) seguido de los supermercados mayores de 400 metros (grupo 830) y los grandes almacenes y almacenes populares (grupo 850-860) tal y como se detalla en los gráficos adjuntos.

Distribución de la superficie comercial de Aragón por grupo de actividad (%)



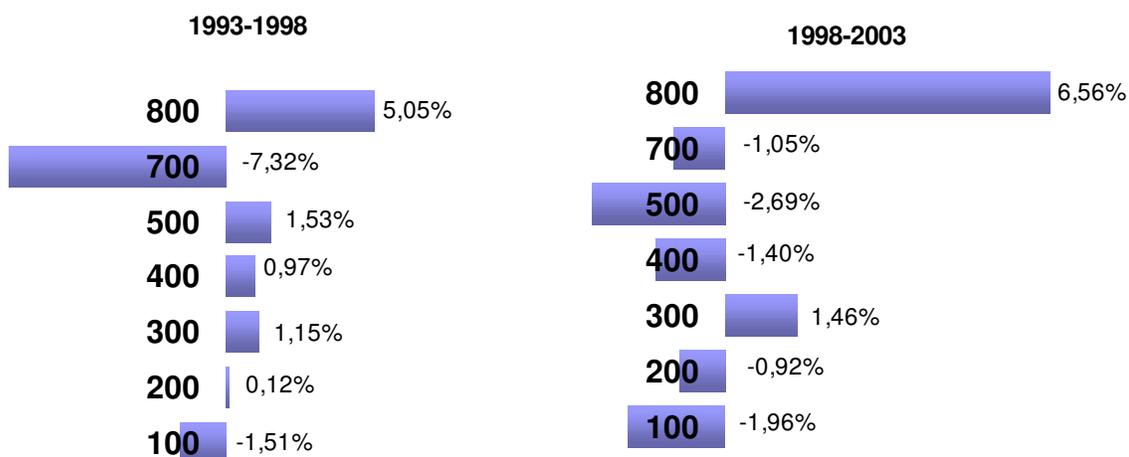
Distribución de la superficie comercial mixta por secciones (Grupo 800) por clave

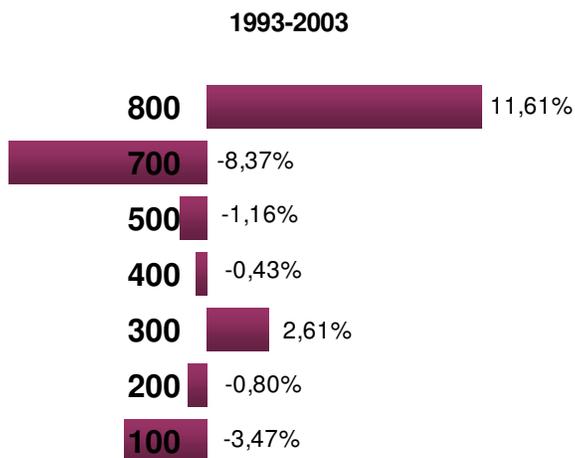


Adicionalmente se ha realizado una comparativa del peso que representan los diferentes grupos de actividad en el reparto de la superficie de venta entre el análisis realizado en 1993, 1998 y 2003 para el conjunto de Aragón.

Clave	Descripción	% sobre total del grupo 1993	% sobre total del grupo 1998	% sobre total del grupo 2003
100	Alimentos, bebidas y tabaco	17,90%	16,39%	14,43%
200	Textil, confección, calzado	13,80%	13,92%	13,00%
300	Droguería, perfumería y motocicletas	3,60%	4,75%	6,21%
400	Hogar y construcción	24,20%	25,17%	23,77%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	3,00%	4,53%	1,84%
700	Otro comercio al por menor	19,20%	11,88%	10,83%
800	Comercio mixto por secciones	18,30%	23,35%	29,91%
810	Autoservicios (40 a 120 m2)	2,10%	1,92%	1,81%
820	Superservicios (121 a 400 m2)	3,50%	3,20%	2,60%
830	Supermercados (>400 m2)	3,50%	2,82%	5,38%
840	Hipermercados	1,70%	6,52%	6,11%
850	Grandes Almacenes	4,10%	3,06%	4,62%
860	Almacenes Populares	2,30%	4,08%	4,10%
870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo	30,00%	0,25%	0,76%
880	Otro comercio mixto	1,80%	1,51%	4,53%
TOTAL		100%	100%	100%

Evolución(1993-2003) del peso representado por cada clave respecto del total de la superficie





Analizando comparativamente los dos periodos de vigencia del P.E.C., 1993-1998 y 1998-2003, se observa en general una tendencia creciente en lo que respecta al grupo 800 correspondiente al comercio mixto por secciones, si bien el incremento es mayor en el último periodo. Respecto a otros grupos de actividad, en el primer periodo el incremento de la superficie de venta si bien ligero se produce en todos los grupos excepto en los establecimientos clasificados en otro comercio al por menor y el de alimentación.

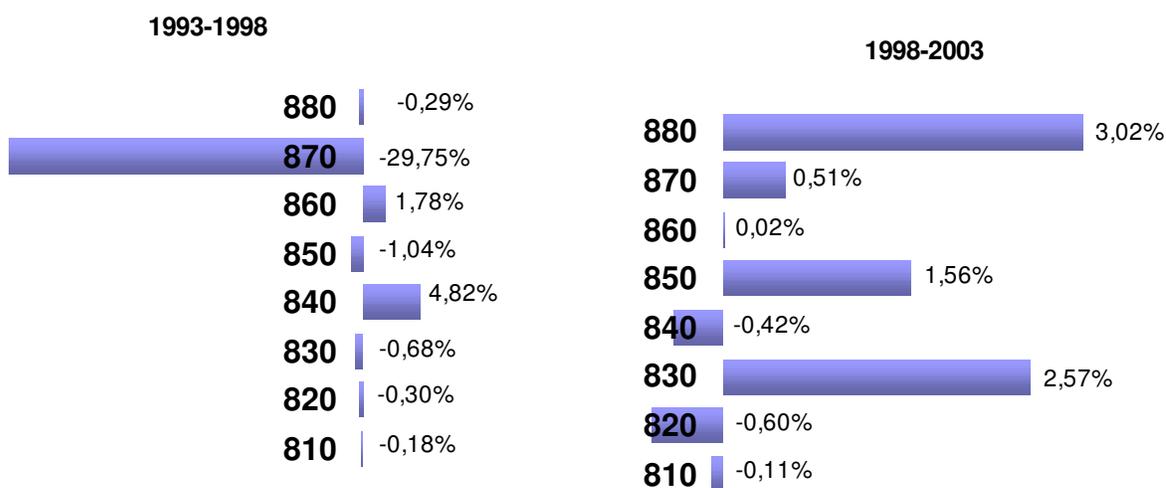
De modo global, la tendencia seguida en los últimos cinco años es muy similar a la que se produce si analizamos el periodo 1993-2003 si bien las variaciones porcentuales son más acusadas en este último caso. De este modo, el comercio mixto por secciones englobado bajo el grupo 800 es el grupo con mayor incremento, seguido de los agrupados bajo la clave Droguería, perfumería y farmacia. El resto de las claves, tienen porcentajes negativos, lo cual indica que han perdido peso respecto al que representaban en 1998 y también respecto a 1993. En el caso del grupo de establecimientos englobados dentro de textil, confección y calzado, el peso porcentual ha sido muy similar en los periodos de análisis.

Dado que el grupo con mayor variación es el que engloba al comercio mixto por secciones, grupo 800, se ha realizado un análisis más detallado del comportamiento de la superficie de venta de este tipo de establecimiento.

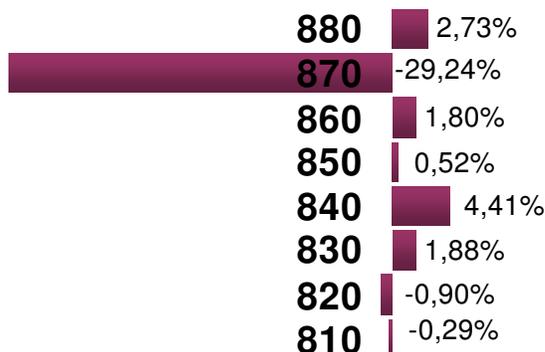
En este caso la evolución seguida por este tipo de establecimientos en cuanto a superficie de venta presenta variaciones significativas si se analizan los últimos cinco y diez años respectivamente.

- ♣ Analizando el periodo 1998-2003, destaca el incremento de superficie de venta que ha experimentado la tipología de supermercados mayores de 400 metros además del referente a otro comercio mixto de grandes superficie (donde se engloban tipologías de comercio similares a los supermercados de tamaño medio con oferta diversificado como OPENCOR, SCHLECKER, TODO 100...). Este tipo de establecimientos ha ido ganando peso dentro del grupo que engloba otro comercio mixto aumentando su representación un 2,57% y un 3,02% respectivamente. En detrimento de ello va perdiendo peso en el conjunto de grupo los hipermercados y en general los autoservicios, superservicios de un tamaño inferior a 4000 metros. Respecto al periodo 1993-1998 destaca la pérdida de peso del formato de cooperativas a favor del formato de hipermercados, periodo donde tiene lugar la mayor parte de las implantaciones.
- ♣ Si la comparativa se realiza en un periodo de diez años, 1993-2003, la tendencia más destaca la pérdida porcentual de peso del formato de cooperativas comentada debido al cambio de tendencia de los primeros cinco años, que ha perdido casi un 30%. Desde esta perspectiva temporal los hipermercados constituyen el formato que ha incrementado su peso en mayor medida con un 4,41% además de los supermercados mayores de 400 metros.

Evolución(1993-2003) del peso representado por cada subclave 800 respecto del total de la superficie



1993-2003



3.2.1.E. Distribución de superficie por grupos de actividad para el municipio de Zaragoza.

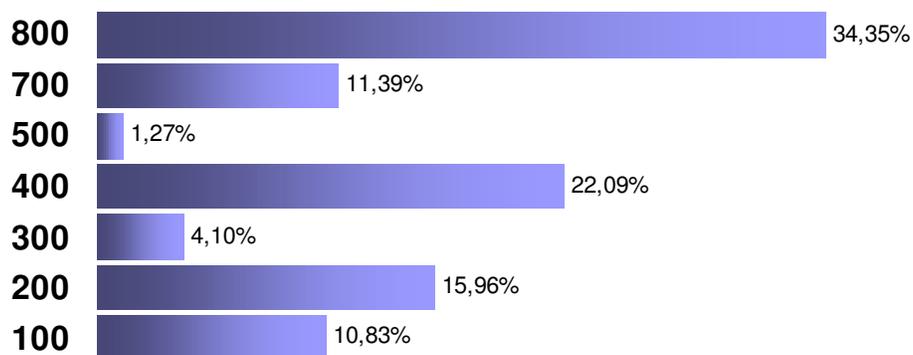
Análogamente a lo realizado para Aragón, el presente apartado analiza la distribución de la superficie de venta por grupos de actividad para el municipio de Zaragoza. En primer lugar se ha realizado el análisis para el año 2003 y posteriormente se ha establecido la comparativa de la estructura comercial por grupos de actividad en el año 1998.

De acuerdo al cuadro adjunto, el grupo que registra un mayor porcentaje de la superficie de venta corresponde al comercio mixto por secciones (grupo 800) que concentra el 34,35% de la oferta seguido del grupo de hogar con un 22,09%.

Clave	Descripción	Superficie (m ²)	% sobre total del grupo
100	Alimentos, bebidas y tabaco	90.944	14,43%
200	Textil, confección, calzado	134.001	13,00%
300	Droguería, perfumería y farmacia	34.309	6,21%
400	Hogar y construcción	185.382	23,77%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	10.698	1,84%
700	Otro comercio al por menor	95.612	10,83%
800	Comercio mixto por secciones	288.317	29,91%
810	Autoservicios (40 a 120 m ²)	4.152	1,81%
820	Superservicios (121 a 400 m ²)	18.804	2,60%
830	Supermercados (>400 m ²)	55.366	5,38%

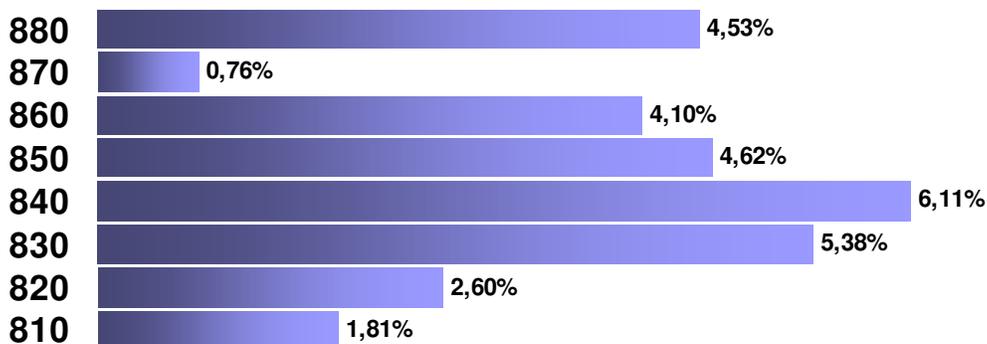
Clave	Descripción	Superficie (m ²)	% sobre total del grupo
840	Hipermercados	75.130	6,11%
850	Grandes Almacenes	62.459	4,62%
860	Almacenes Populares	49.028	4,10%
870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo	389	0,76%
880	Otro comercio mixto	22.989	4,53%
	TOTAL	839.363	100%

Distribución de la superficie comercial del municipio de Zaragoza por grupo de actividad (%)



Analizando de manera detallada el grupo 800, que representa casi el 35% de la superficie de venta en Zaragoza, la distribución comercial se concentra en los Hipermercados (grupo 840) seguido de los supermercados mayores de 400 metros (grupo 830) y otro comercio mixto (grupo 880) así como los grandes almacenes y almacenes populares (grupo 850-860) tal y como se detalla en el gráfico adjunto.

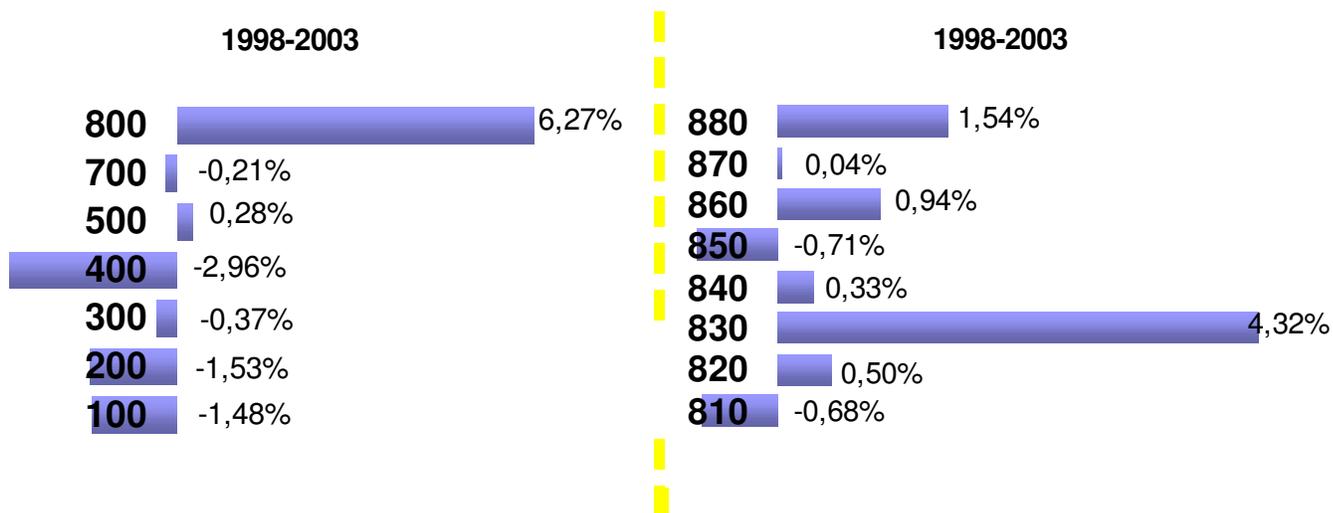
Distribución de la superficie comercial mixta por secciones (Grupo 800) por clave en Zaragoza



Adicionalmente se ha realizado una comparativa del peso que representan los diferentes grupos de actividad en el reparto de la superficie de venta entre el análisis realizado en 1998 y 2003 para Zaragoza.

Superficie de venta del comercio minorista en Zaragoza 2003. % 1998-2003.			
Clave	Descripción	% sobre total del grupo 1998	% sobre total del grupo 2003
100	Alimentos, bebidas y tabaco	11,97%	10,49%
200	Textil, confección, calzado	18,01%	16,48%
300	Droguería, perfumería y motocicletas	4,41%	4,04%
400	Hogar y construcción	23,89%	20,93%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	0,65%	0,93%
700	Otro comercio al por menor	11,62%	11,41%
800	Comercio mixto por secciones	29,45%	35,72%
810	Autoservicios (40 a 120 m2)	1,15%	0,47%
820	Superservicios (121 a 400 m2)	1,84%	2,34%
830	Supermercados (>400 m2)	2,55%	6,87%
840	Hipermercados	9,09%	9,42%
850	Grandes Almacenes	8,54%	7,83%
860	Almacenes Populares	5,01%	5,95%
870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo	0,01%	0,05%
880	Otro comercio mixto	1,25%	2,79%
TOTAL		100%	100%

Evolución(1998-2003) del peso representado por cada clave respecto del total de la superficie



Tal y como se señala en los gráficos anteriores, la superficie de venta por grupos de actividad no ha sufrido variaciones porcentuales significativas, manteniéndose prácticamente estable en todos los grupos y con ligeras disminuciones sobre todo en Hogar y construcción. Solamente el grupo 800 Comercio mixto por secciones ha experimentado un incremento significativo de un 6,27% en la superficie de venta. El resto de las claves, tienen porcentajes negativos, lo cual indica que han perdido peso respecto al que representaban en 1998.

Dado que el grupo con mayor variación es el que engloba al comercio mixto por secciones, grupo 800, se ha realizado un análisis más detallado del comportamiento de la superficie de venta de este tipo de establecimiento.

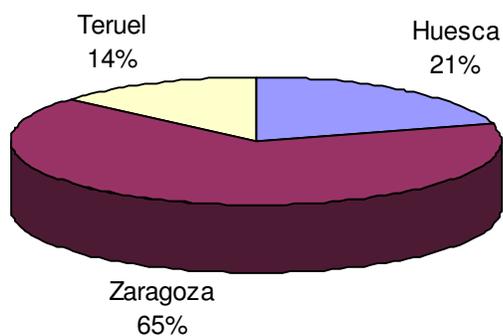
En este caso la evolución seguida por este tipo de establecimientos en cuanto a superficie de venta presenta variaciones significativas. Destaca el aumento que se ha producido en el subgrupo 830 Supermercados (>400 m²) con un 4,32% de incremento en la superficie de venta respecto a 1998, también ha aumentado el peso de Otro comercio mixto y por el contrario Autoservicios y Grandes Almacenes han visto reducir su peso en 2003.

3.2.2. Número de establecimientos

La Comunidad Autónoma de Aragón dispone actualmente de un total de **20.083 establecimientos comerciales**. Por provincias, en Zaragoza se acumulan 13.148 comercios que suponen aproximadamente el 65% del total. Esta cantidad se reduce a 4.208 si se mide el número de comercios en la provincia de Huesca, y de 2.727 en Teruel.

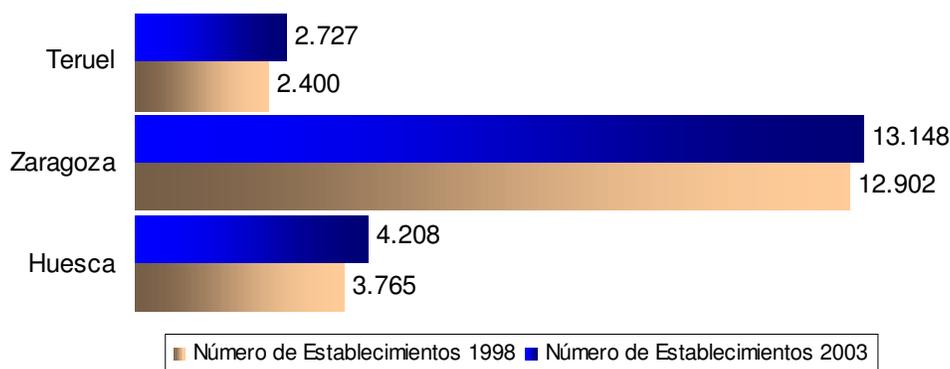
Provincia	Número de Establecimientos	Número de Establecimientos	% sobre Total de Aragón
	1998	2003	
Huesca	3.765	4.208	20,95%
Zaragoza	12.902	13.148	65,47%
Teruel	2.400	2.727	13,58%
Total Aragón	19.067	20.083	100%

Número de establecimientos de Aragón distribuidos por provincias



Si se observa el crecimiento en número de establecimientos por provincias, destaca que el crecimiento de Zaragoza es tan sólo de un 1,91%, mientras que el número de comercios de la provincia de Teruel se ha incrementado en un 13,63% y el de Huesca en un porcentaje de 11,77%. Por ello, de modo global, la evolución del número de establecimientos ha crecido ligeramente suponiendo para el conjunto de la región un crecimiento del 5,33%.

Provincia	Número de Establecimientos 1998	Número de Establecimientos 2003	Evolución (%)
Huesca	3.765	4.208	11,77%
Zaragoza	12.902	13.148	1,91%
Teruel	2.400	2.727	13,63%
Total Aragón	19.067	20.083	5,33%



Evolución del número de establecimientos por provincias 1998 – 2003.

3.2.2.A. Distribución por comarcas

Analizando la distribución de comercios por comarcas, la comarca de Zaragoza abarca un 49,13% de los comercios disponibles en Aragón. Esta especial concentración de comercio se desagrega posteriormente mediante el análisis por distritos administrativos en el municipio de Zaragoza. Para el resto de Aragón, las comarcas de Campo de Belchite y Maestrazgo son las que cuentan con menor número de establecimientos comerciales, representando un 0,45% del total. En el extremo opuesto, comarcas como Hoya de Huesca, Teruel y Calatayud acumulan los mayores porcentajes.

En el siguiente cuadro se representa el número de establecimientos existentes distribuidos por provincias y comarcas.

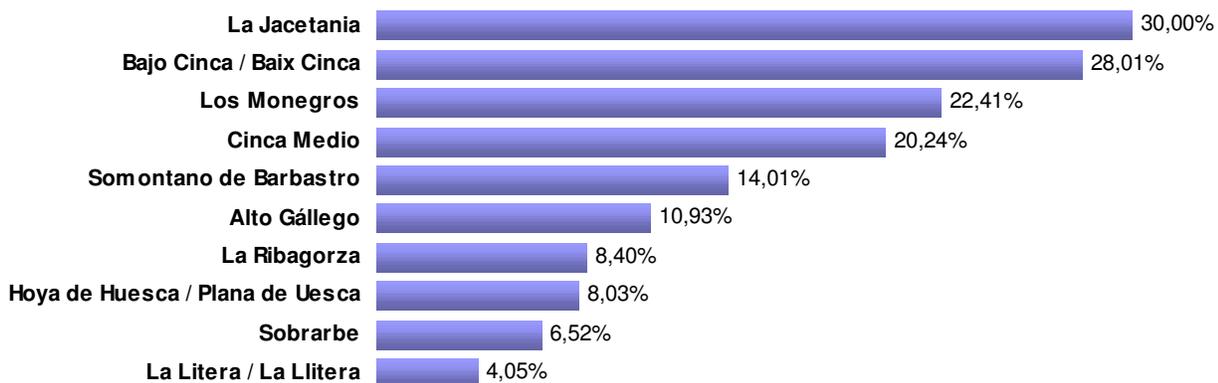
COMARCA	Número de Establecimientos 1998	% sobre Total de Aragón 1998	Número de Establecimientos 2003	% sobre Total de Aragón 2003	Tasa variación
01 La Jacetania	380	1,99%	494	2,46%	30,00%
02 Alto Gállego	247	1,30%	274	1,36%	10,93%
03 Sobrarbe	138	0,72%	147	0,73%	6,52%

Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

	COMARCA	Número de Establecimientos 1998	% sobre Total de Aragón 1998	Número de Establecimientos 2003	% sobre Total de Aragón 2003	Tasa variación
04	La Ribagorza	250	1,31%	271	1,35%	8,40%
05	Cinco Villas	472	2,48%	476	2,37%	0,85%
06	Hoya de Huesca / Plana de Uesca	884	4,64%	955	4,76%	8,03%
07	Somontano de Barbastro	464	2,43%	529	2,63%	14,01%
08	Cinca Medio	410	2,15%	493	2,45%	20,24%
09	La Litera / La Llitera	370	1,94%	385	1,92%	4,05%
10	Los Monegros	290	1,52%	355	1,77%	22,41%
11	Bajo Cinca / Baix Cinca	332	1,74%	425	2,12%	28,01%
12	Tarazona y el Moncayo	269	1,41%	249	1,24%	-7,43%
13	Campo de Borja	249	1,31%	225	1,12%	-9,64%
14	Aranda	110	0,58%	101	0,50%	-8,18%
15	La Ribera Alta del Ebro	326	1,71%	329	1,64%	0,92%
16	Valdejalón	333	1,75%	336	1,67%	0,90%
17	Zaragoza	9.666	50,69%	9.867	49,13%	2,08%
18	La Ribera Baja del Ebro	147	0,77%	139	0,69%	-5,44%
19	Bajo Aragón Caspe / Baix Aragó-Casp	289	1,52%	261	1,30%	-9,69%
20	Calatayud	691	3,62%	675	3,36%	-2,32%
21	Campo de Cariñena	153	0,80%	163	0,81%	6,54%
22	Campo de Belchite	90	0,47%	90	0,45%	0,00%
23	Bajo Martín	147	0,77%	156	0,78%	6,12%
24	Campo de Daroca	107	0,56%	117	0,58%	9,35%
25	Jiloca	243	1,27%	255	1,27%	4,94%
26	Cuencas Minera	175	0,92%	193	0,96%	10,29%
27	Andorra-Sierra de Arcos	203	1,06%	249	1,24%	22,66%
28	Bajo Aragón	566	2,97%	574	2,86%	1,41%
29	Teruel	647	3,39%	731	3,64%	12,98%
30	Maestrazgo	57	0,30%	91	0,45%	59,65%
31	Sierra de Albarracín	80	0,42%	99	0,49%	23,75%
32	Gúdar-Javalambre	155	0,81%	178	0,89%	14,84%
33	Matarraña / Matarranya	127	0,67%	201	1,00%	58,27%
PROVINCIA DE HUESCA		3.765	19,75%	4.208	20,95%	11,77%
PROVINCIA DE ZARAGOZA		12.902	67,67%	13.148	65,47%	1,91%
PROVINCIA DE TERUEL		2.400	12,59%	2.727	13,58%	13,63%
TOTAL ARAGÓN		19.067	100,00%	20.083	100%	5,33%

Realizando el análisis provincia a provincia, el resultado en la **provincia de Huesca** revela que las comarcas con mayor número de comercios son Hoya de Huesca con un 22,69% de los comercios disponibles en la provincia seguido de Somontano de Barbastro, Cinca Medio y La Jacetania que tienen aproximadamente un 12% cada una de ellas.

Variación del número de establecimientos comerciales de Huesca por comarcas 1998-2003



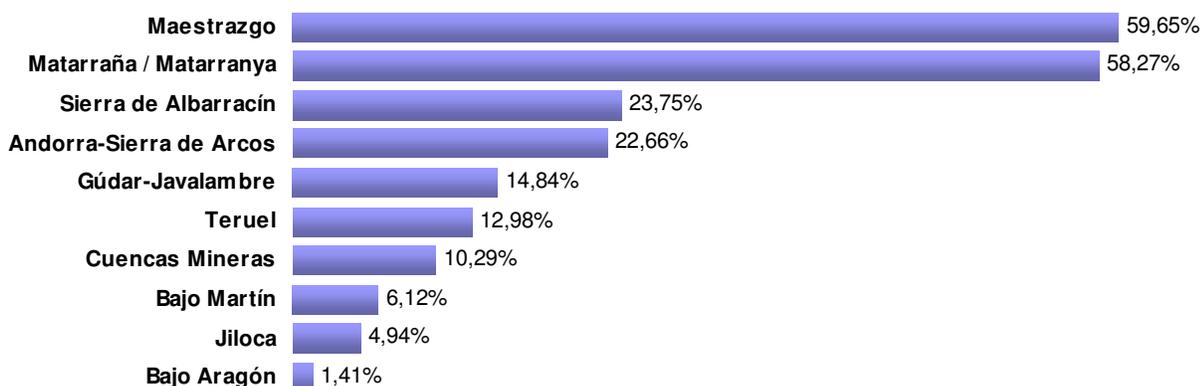
Respecto a la distribución porcentual de número de establecimientos en la **provincia de Zaragoza**, éstos se concentran especialmente en el municipio de Zaragoza, con el 75% de la provincia seguido de Calatayud, con algo más del 5% y las Cinco Villas, con un 3,62% . Destacar que en la provincia de Zaragoza comarcas como La Jacetania, tienen un número muy reducido de municipios pertenecientes a la provincia de Zaragoza. Es por ello que La Jacetania, aparece tanto en el gráfico correspondiente a la provincia de Huesca como en el de la provincia de Zaragoza.

Variación del número de establecimientos comerciales de Zaragoza por comarcas 1998-2003



En el caso de la **provincia de Teruel**, cuyo crecimiento respecto a 1998 ha sido el mayor de las tres provincias, son las comarcas de Teruel y Bajo Aragón las que disponen de mayor porcentaje de establecimientos comerciales agrupando casi el 50% del número total de la provincia.

Variación del número de establecimientos comerciales de Teruel por comarcas 1998-2003



3.2.2.B. Distribución por distritos en el municipio de Zaragoza

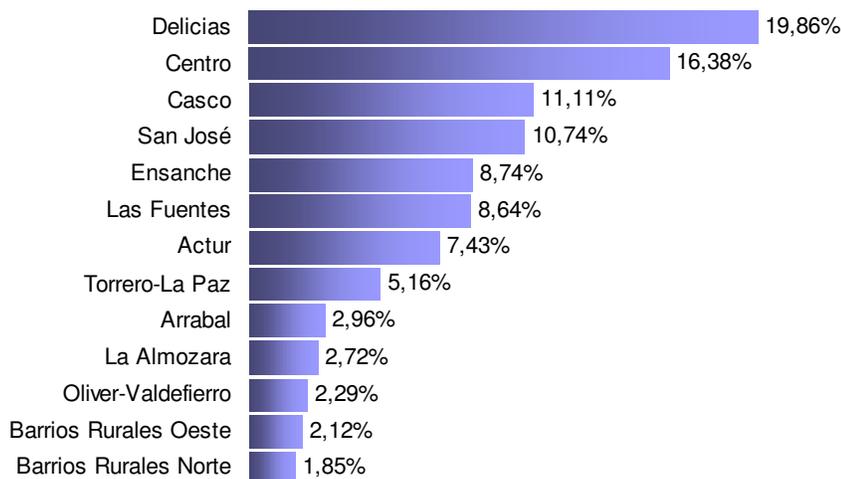
El municipio de Zaragoza cuenta con 9.396 establecimientos comerciales de los 9.867 disponibles en la comarca. Esta concentración supone un 95,23% de los comercios en el municipio de Zaragoza respecto de la comarca, porcentaje que se ha incrementado respecto a 1998 donde el porcentaje era del 94%.

DISTRITO		Número de establecimientos	% sobre el total
1	Casco	1.044	11,11%
2	Centro	1.539	16,38%
3	Delicias	1.866	19,86%
4	Ensanche	821	8,74%
5	San José	1.009	10,74%
6	Las Fuentes	812	8,64%
7	La Almozara	256	2,72%
8	Oliver-Valdefierro	215	2,29%
9	Torrero-La Paz	485	5,16%

10	Margen Izquierda	976	10,39%
10A	Actur	698	7,43%
10B	Arrabal	278	2,96%
11	Barrios Rurales Norte	174	1,85%
12	Barrios Rurales Oeste	199	2,12%
TOTAL ZARAGOZA		9.396	100%

Tal y como se observa en el gráfico adjunto, los distritos que acumulan mayor número de establecimientos son Delicias (con el 19,86%) seguido del Centro con el 16,38% y Casco y San José con porcentajes ligeramente superiores al 10%. Por el contrario, el menor número de establecimientos se concentra en los extrarradios de la ciudad, en concreto, los Barrios Rurales del Norte y Oeste.

Distribución de establecimientos comerciales del municipio de Zaragoza por distritos

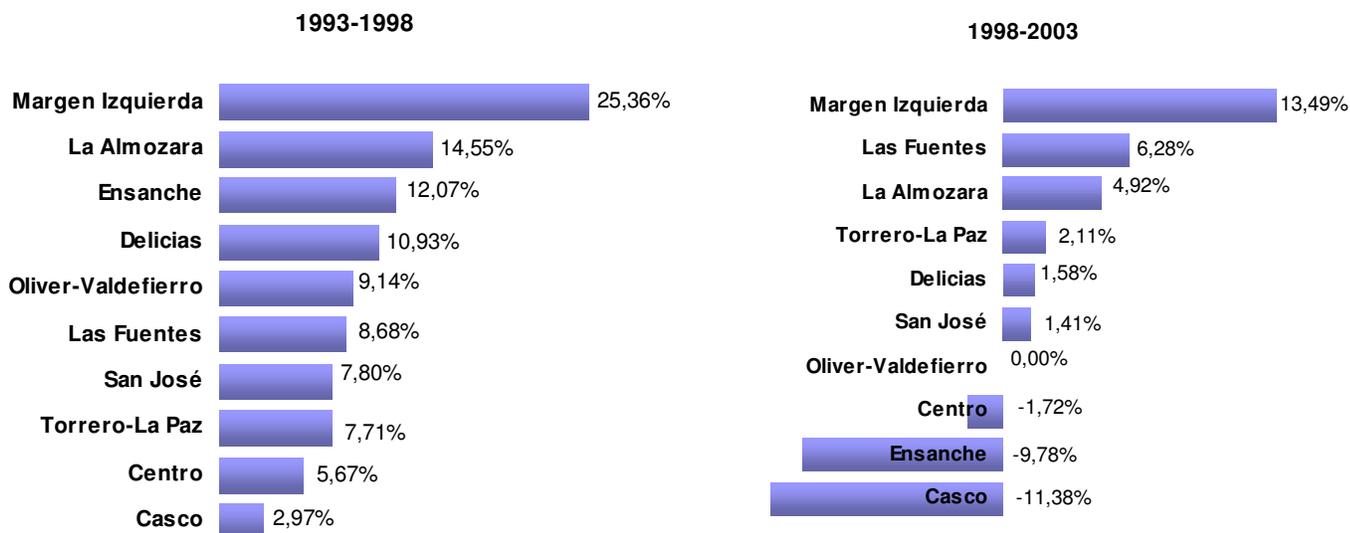


Comparando el análisis con la dotación existente durante 1993 y 1998 en términos globales el número de establecimientos en los últimos años se ha incrementado casi un 14%. Realizando la comparativa por quinquenios en el periodo 93-98 se produjo un incremento importante en todos los distritos. No obstante, si la comparativa se realiza en el periodo 98-03 la distribución refleja que el número de comercios, sin considerar los existentes en los barrios rurales, sobre el municipio de Zaragoza ha disminuido desde los 9.044 hasta los 9.022 comercios. Lo anterior supone un decrecimiento porcentual del 0,24%. No obstante considerando los barrios rurales el número total de establecimientos asciende a 9.396 establecimientos lo que supone un incremento del 4% en el número de establecimientos en el último periodo.

Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

DISTRITO		1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
1	Casco	1.144	1.178	1.044	3,0%	-11,38%	-8,74%
2	Centro	1.482	1.566	1.539	5,7%	-1,72%	3,85%
3	Delicias	1.656	1.837	1.866	10,9%	1,58%	12,68%
4	Ensanche	812	910	821	12,1%	-9,78%	1,11%
5	San José	923	995	1.009	7,8%	1,41%	9,32%
6	Las Fuentes	703	764	812	8,7%	6,28%	15,50%
7	La Almozara	213	244	256	14,6%	4,92%	20,19%
8	Oliver-Valdefierro	197	215	215	9,1%	0,00%	9,14%
9	Torrero-La Paz	441	475	485	7,7%	2,11%	9,98%
10	Margen Izquierda	686	860	976	25,4%	13,49%	42,27%
10A	ACTUR	-	607	698	-	-	-
10B	Arrabal	-	253	278	-	-	-
11	Barrios Rurales Norte	-	-	174	-	-	-
12	Barrios Rurales Oeste	-	-	199	-	-	-
TOTAL ZARAGOZA (sin barrios rurales)		8.257	9.904	9.023	19,9%	-8,90%	9,28%
TOTAL ZARAGOZA		8.257	9.904	9.396	19,9%	-5,13%	13,79%

Frente al incremento de número de establecimientos en todos los distritos en el periodo 1993-1998, analizando la evolución desagregada por distritos en el último periodo se observa que han sido los distritos de Arrabal y Actur donde se ha incrementado el número de establecimientos. En el otro extremo, se observa el descenso en cuanto a número de establecimientos en los distritos de Casco y Ensanche.



Evolución porcentual 1993 – 2003 del número de comercios por distritos

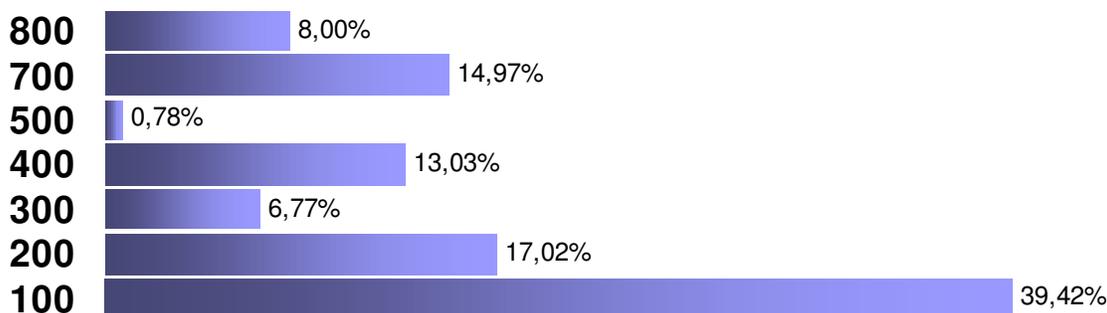
3.2.2.C. Distribución por grupos de actividad de Aragón.

Analizando la distribución de establecimientos ubicados en Aragón, que asciende a 20.083, por tipo de actividad, dentro de los grupos más numerosos está el de Alimentos, bebidas y tabaco, que ocupa el 39,42% de los establecimientos. Posteriormente destaca por número de establecimientos los dedicados a Textil, confección y calzado, con un 17,02%.

Por el contrario, el menor porcentaje se concentra especialmente en el grupo correspondiente al comercio mixto por secciones dado que éste tipo de establecimientos destaca de manera significativa por su superficie de venta.

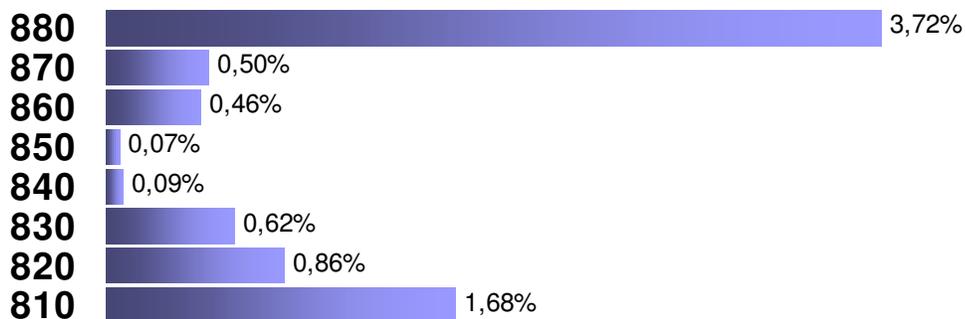
Clave	Descripción	Nº	Nº	% sobre total del grupo
		Establecimientos	Establecimientos	
		1998	2003	
100	Alimentos, bebidas y tabaco	8.132	7.917	39,42%
200	Textil, confección, calzado	3.340	3.419	17,02%
300	Droguería, perfumería y farmacia	1.306	1.360	6,77%
400	Hogar y construcción	2.294	2.617	13,03%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	259	156	0,78%
700	Otro comercio al por menor	2.821	3.007	14,97%
800	Comercio mixto por secciones	915	1.607	8,00%
810	Autoservicios (40 a 120 m2)	333	338	1,68%
820	Superservicios (121 a 400 m2)	199	173	0,86%
830	Supermercados (>400 m2)	65	124	0,62%
840	Hipermercados	12	18	0,09%
850	Grandes Almacenes	2	15	0,07%
860	Almacenes Populares	66	92	0,46%
870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo	31	100	0,50%
880	Otro comercio mixto	207	747	3,72%
	TOTAL	19.067	20.083	100%

Distribución de número de establecimientos de Aragón por clave



Como se ha comentado anteriormente, los establecimientos agrupados bajo la clave 800 “Comercio mixto por secciones”, suponen un 8% sobre el total. Dicho porcentaje se centra especialmente en “Otro comercio mixto” que agrupa donde se ubican establecimientos de diversos tipos entre los que destacan: establecimientos de oportunidades, tiendas especializadas tipo autoservicio (ejemplo Schlecker, etc.) Le siguen los Autoservicios de tamaño reducido donde se concentra el 1,68% del resto.

Distribución de número de establecimientos de subgrupo 800 sobre total de Aragón



Comparando la estructura comercial en cuanto al tipo de actividad comercial de 2003 respecto a la de 1998, se observa que el comercio mixto por secciones ha incrementado su peso en lo que respecta al número de establecimientos en un 3,2%, en mayor medida que en el periodo 1993-1998, mientras que los comercios agrupados bajo la clave Alimentos, bebidas y tabaco, han perdido peso respecto del total de establecimientos.

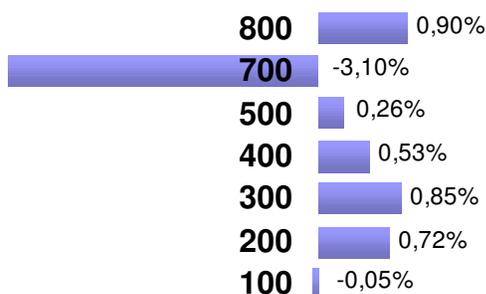
La tendencia es muy similar si comparamos la evolución producida en el periodo 1993-2003, excepto en el caso de otro comercio al por menor que ha visto reducido su peso porcentual en relación al incremento del comercio mixto. En el caso de la evolución en los últimos diez años En general, las variaciones señaladas en el periodo 1998-2003 son muy similares si bien las

variaciones porcentuales (positivas/negativas) son más elevadas que cuando se analizan los últimos cinco años.

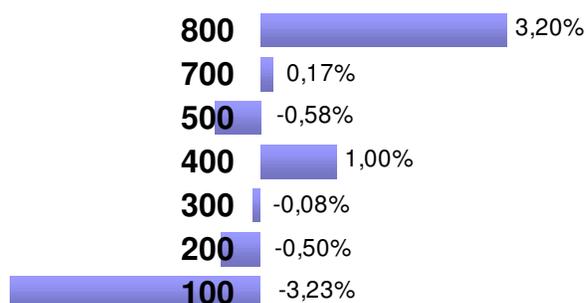
Clave	Descripción	% sobre total del grupo 1993	% sobre total del grupo 1998	% sobre total del grupo 2003
100	Alimentos, bebidas y tabaco	42,70%	42,65%	39,42%
200	Textil, confección, calzado	16,80%	17,52%	17,02%
300	Droguería, perfumería y motocicletas	6,00%	6,85%	6,77%
400	Hogar y construcción	11,50%	12,03%	13,03%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	1,10%	1,36%	0,78%
700	Otro comercio al por menor	17,90%	14,80%	14,97%
800	Comercio mixto por secciones	3,90%	4,80%	8,00%
	TOTAL	100%	100%	100%

Evolución porcentual 1993 – 2003 de cada grupo de comercio en Aragón

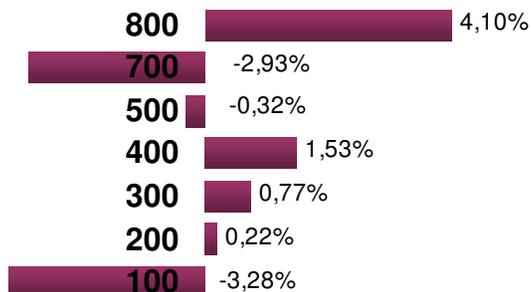
1993-1998



1998-2003



1993-2003



Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

Analizando el reparto por **grupos de actividad por provincias**, el cuadro adjunto muestra la distribución del número de establecimientos por grupos de actividad desagregado por provincias.

Para observar las diferencias de equipamiento entre provincias dentro de una misma clave se calculan los porcentajes respecto a la provincia de cada clave.

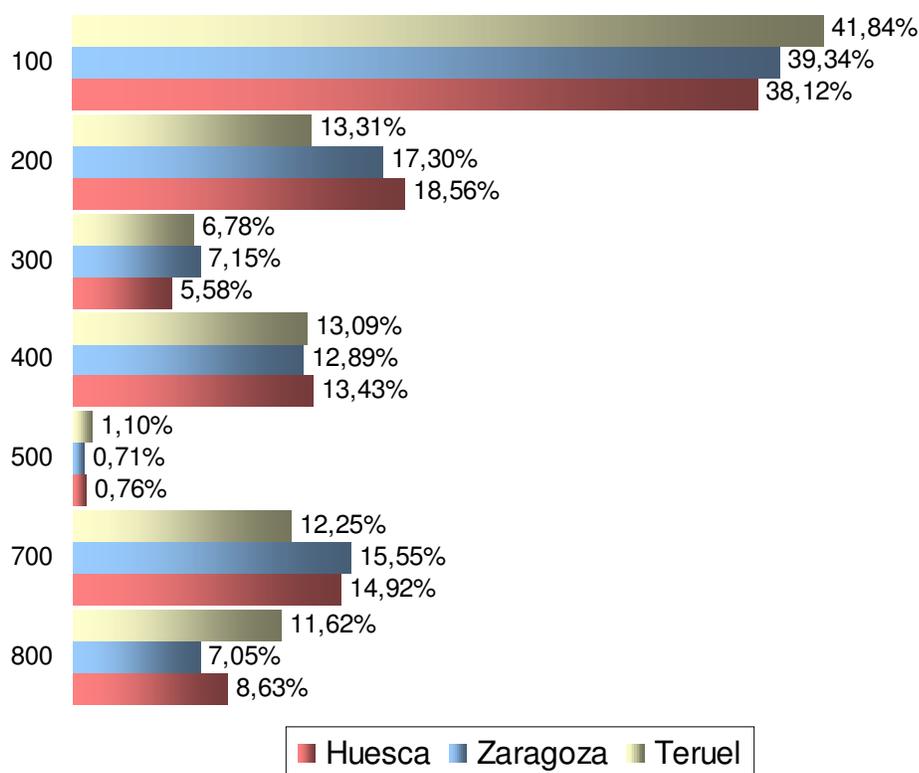
CLAVE	Huesca	% sobre total de la provincia	Zaragoza	% sobre total de la provincia	Teruel	% sobre total de la provincia
100	1.604	38,12%	5.172	39,34%	1.141	41,84%
200	781	18,56%	2.275	17,30%	363	13,31%
300	235	5,58%	940	7,15%	185	6,78%
400	565	13,43%	1.695	12,89%	357	13,09%
500	32	0,76%	94	0,71%	30	1,10%
700	628	14,92%	2.045	15,55%	334	12,25%
800	363	8,63%	927	7,05%	317	11,62%
810	87	2,07%	108	0,82%	143	5,24%
820	28	0,67%	92	0,70%	53	1,94%
830	23	0,55%	92	0,70%	9	0,33%
840	7	0,17%	10	0,08%	1	0,04%
850		-	14	0,11%	1	0,04%
860	12	0,29%	77	0,59%	3	0,11%
870	94	2,23%	3	0,02%	3	0,11%
880	112	2,66%	531	4,04%	104	3,81%
TOTAL	4.208	100%	13.148	100%	2.727	100%

Analizando la proporción de cantidad de comercios en cada provincia, la caracterización del tipo de comercio existente en cada provincia refleja algunas singularidades:

- ♣ El porcentaje de comercios dedicados a Alimentación, bebidas y tabaco (grupo 100) sobre el total de cada provincia, representa en las tres provincias un porcentaje cercano al 40%.

- ♣ Se aprecia una mayor especialización en el tipo de establecimientos de textil, confección y calzado en las provincias de Zaragoza y Huesca frente a Teruel.
- ♣ El porcentaje de establecimientos de comercio mixto por secciones que engloba diferentes tipologías de grandes superficies registra un número de establecimientos en Teruel, si bien es debida a establecimientos dentro de esta tipología de reducido tamaño (inferiores a los 400 m²) pero en régimen de autoservicio.

Distribución de comercios por clave en forma porcentual respecto al total de cada provincia

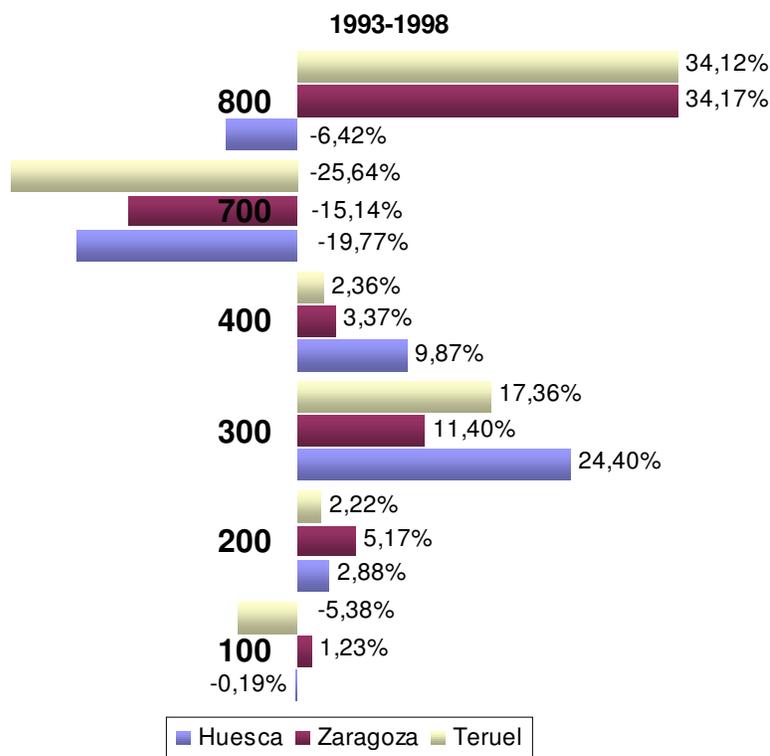


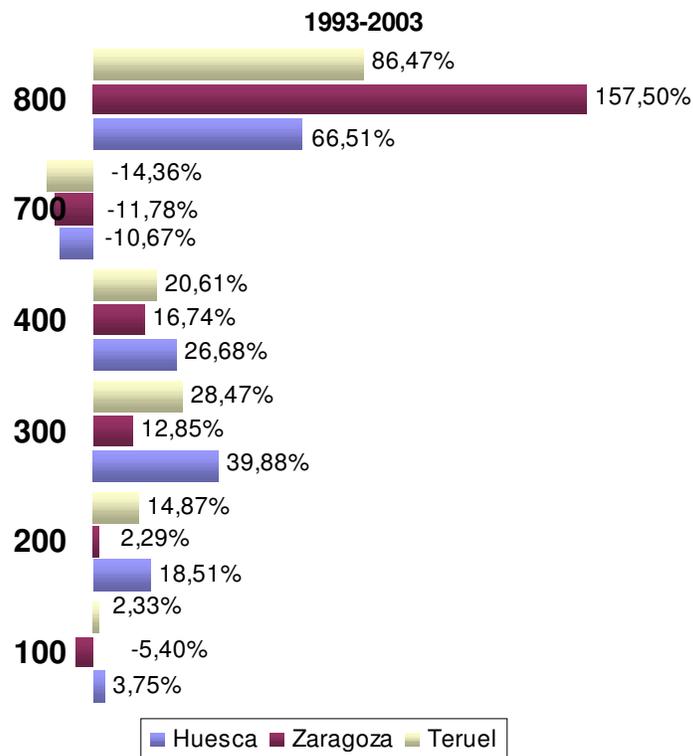
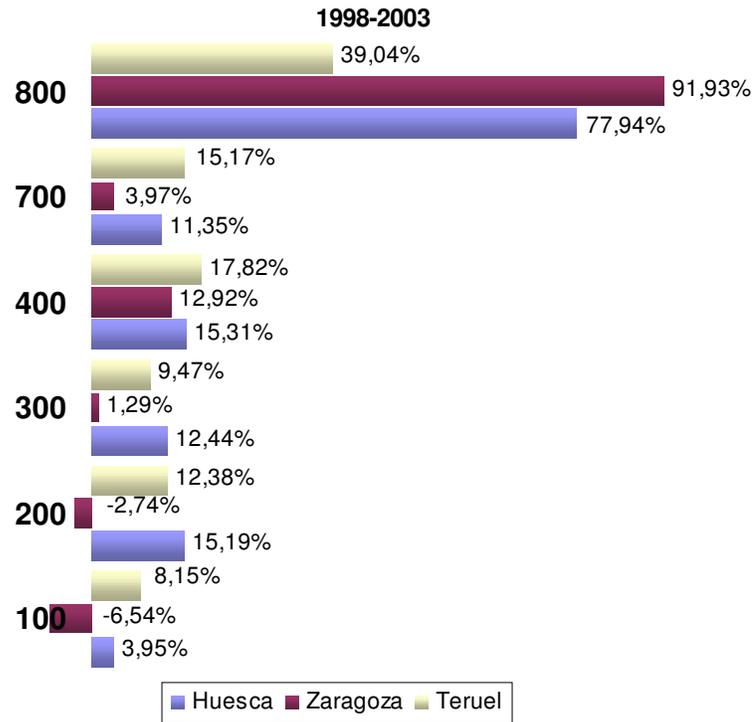
Si se analiza la **estructura comercial por provincias en valores absolutos**, se observa como existen variaciones importantes en los comercios agrupados bajo la clave 100, Alimentación, bebidas y tabaco, en la provincia de Zaragoza que se ha reducido. Por el contrario, el número de establecimientos que se ha incrementado en mayor cuantía es el de los comercios agrupados bajo la clave 800 dentro de la provincia de Zaragoza. En las provincias de Huesca y Teruel se ha producido un incremento en el número de comercios en todos los grupos de actividad respecto a 1998.

Clave	Huesca 2003	Huesca 1998	Huesca 1993	Zaragoza 2003	Zaragoza 1998	Zaragoza 1993	Teruel 2003	Teruel 1998	Teruel 1993
100	1.604	1.543	1.546	5.172	5.534	5.467	1.141	1.055	1.115
200	781	678	659	2.275	2.339	2.224	363	323	316
300	235	209	168	940	928	833	185	169	144
400	565	490	446	1.695	1.501	1.452	357	303	296
700	628	564	703	2.045	1.967	2.318	334	290	390
800	363	204	218	927	483	360	317	228	170

Los gráficos adjuntos establecen las **diferencias porcentuales producidas en el periodo 1993-2003** por grupo de actividad. Los elementos más sobresalientes de variación en el periodo de análisis señala que los comercios agrupados bajo la clave 800 han aumentando un 91,93% para Zaragoza respecto al año 1998 en mayor medida que en el periodo anterior 1993-1998. Excepto para el grupo 800, Teruel ha incrementado porcentualmente el número de establecimientos comerciales en todos los grupos de actividad por encima de la media. En el caso de la provincia de Huesca destaca el incremento producido en el sector textil con un incremento del 15,19% en los últimos años.

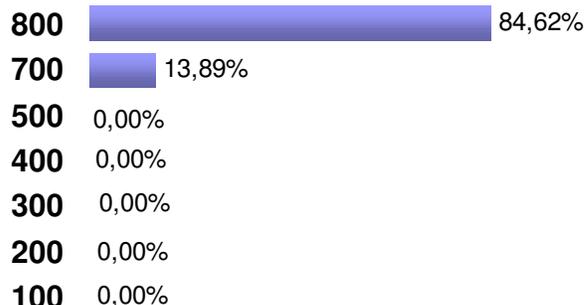
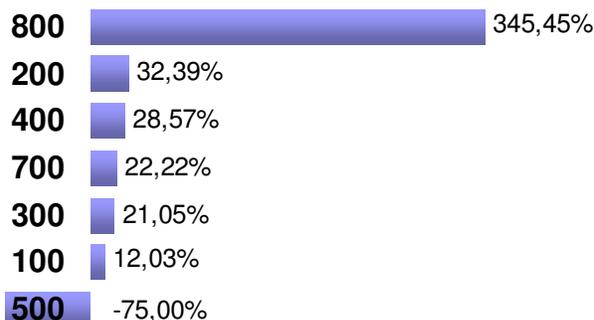
Variaciones porcentuales por claves en las tres provincias entre 1993 y 2003





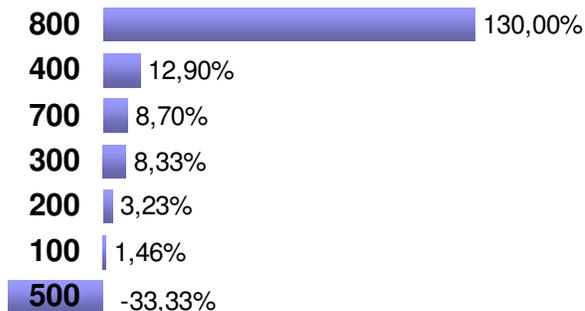
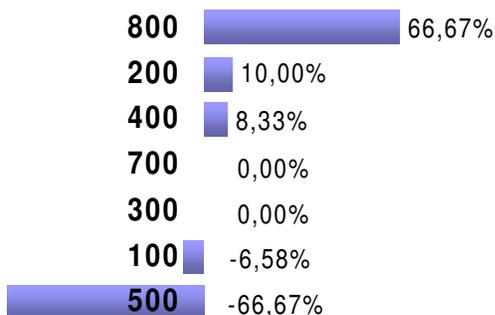
Analizando la evolución seguida por las comarcas por grupos de actividad en lo que respecta a la evolución del número de establecimientos en las diferentes comarcas durante el periodo 1998-2003 las principales conclusiones obtenidas son las siguientes:

COMARCAS DE ARAGÓN- EVOLUCIÓN 1998-2003



LA JACETANIA.- Incremento del número de establecimientos del 30% respecto a 1998 con un total de 494 establecimientos. La variación más importante es para el comercio mixto por secciones, supera el 300%, destacando el incremento de supermercados mayores de 400 m².

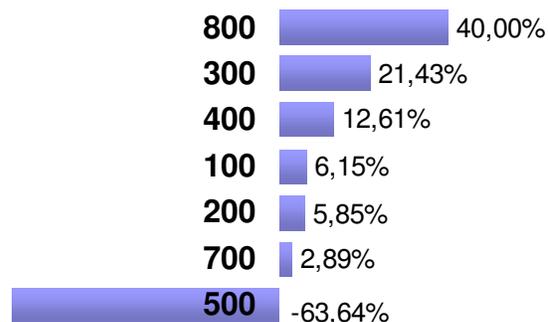
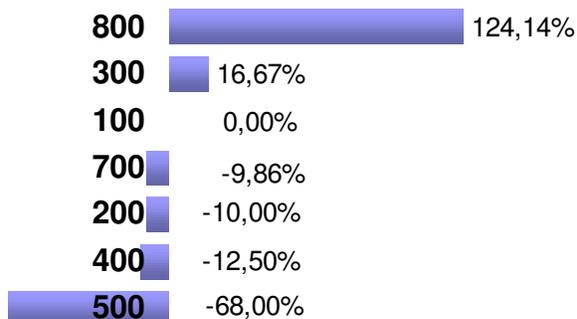
ALTO GALLEGO.- Únicamente un 10% de establecimientos adicionales a los de 1998. La mayor parte de estos pertenecen al comercio mixto por secciones, incrementándose esta tipología comercial en un 85%.



SOBRARBE.- Escaso incremento de establecimientos respecto a 1998 (6,25%). El mayor incremento es para economatos y cooperativas de consumo, dentro del comercio mixto por secciones. Se aprecia una ligera reducción de la tipología tradicional de establecimientos de alimentación incrementándose el formato de autoservicios.

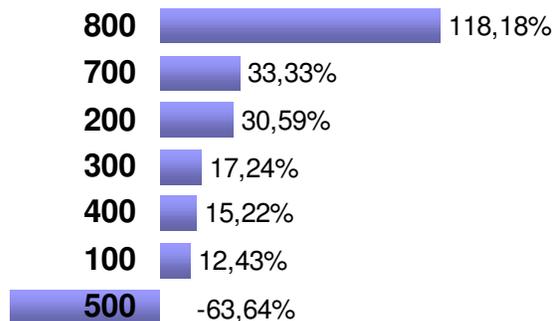
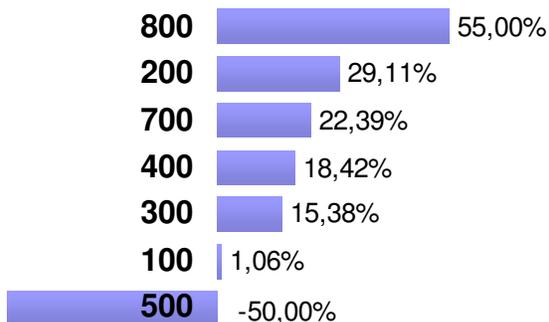
RIBAGORZA.- Aumento de un 8,40% de establecimientos. Destacar el fuerte incremento en el comercio mixto por secciones (130%). Además, excepto para el caso de accesorios para vehículos el número de establecimientos se ha mantenido en el periodo 1998-2003.

COMARCAS DE ARAGÓN- EVOLUCIÓN 1998-2003 (II)



CINCO VILLAS.- Apenas se han producido modificaciones en el número de establecimientos respecto a 1998, destacando el incremento en el comercio mixto que ha duplicado el número de establecimientos.

HOYA DE HUESCA.- Ligero incremento de establecimientos (8%). Destacar los aumentos del comercio mixto, y de droguerías, perfumerías, farmacias con crecimientos moderados y la disminución del grupo 500.

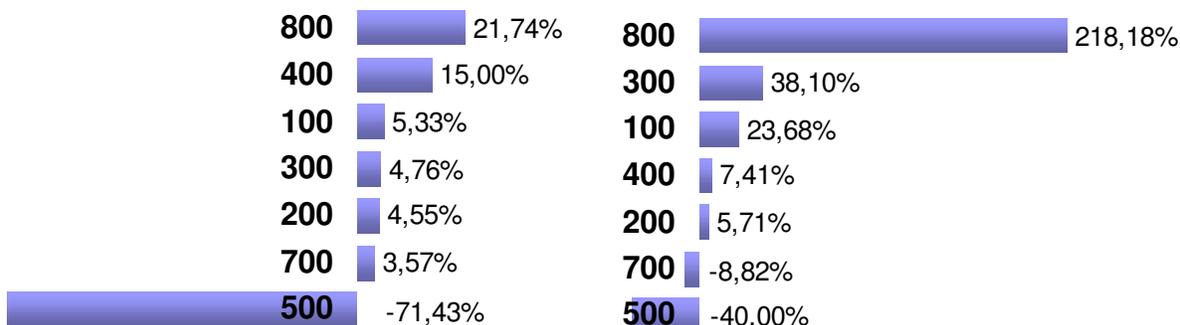


SOMONTANO DE BARBASTRO.- Aumento moderado respecto a 1998 (14%). Este incremento se experimenta en todos los grupos de actividad destacando tanto el comercio mixto como el referente a textil.

CINCA MEDIO.- Considerable incremento de establecimientos (20,24%), mayoritariamente en los pertenecientes al comercio mixto por secciones, no apreciándose disminuciones significativas el número de establecimientos por

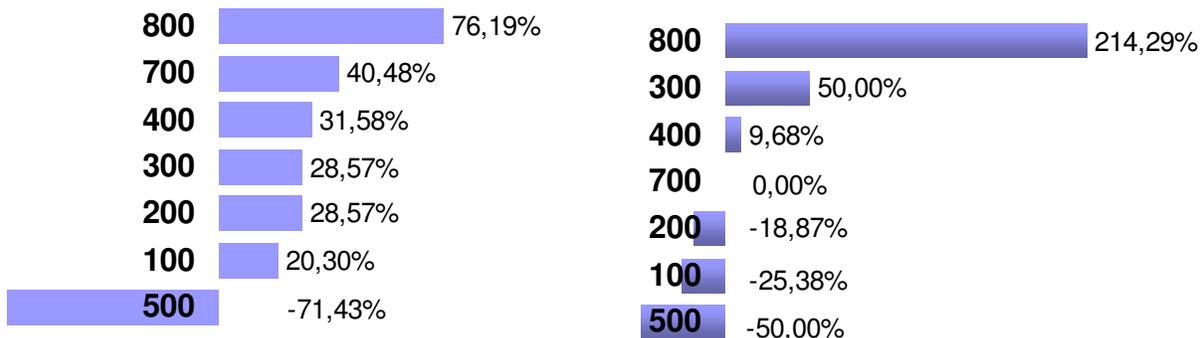
productos excepto el caso del grupo 500.

COMARCAS DE ARAGÓN- EVOLUCIÓN 1998-2003 (III)



LA LITERA.- Insignificante incremento respecto a 1998 (4%). Se aprecia un aumento generalizado en todos los grupos de actividad que se compensan con la gran caída de los comercios del grupo 500.

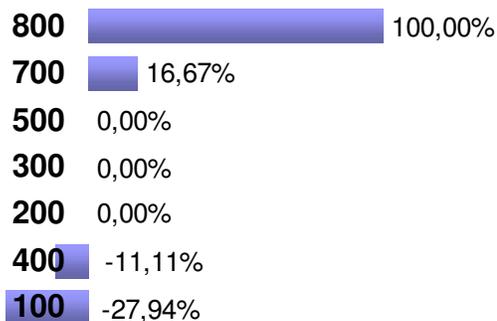
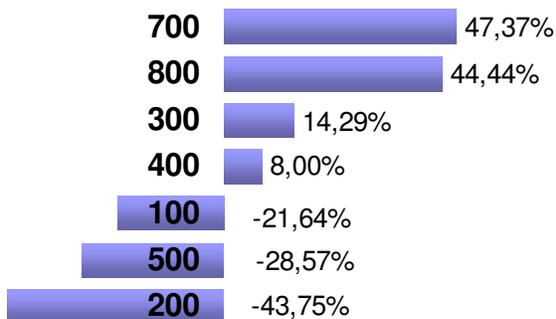
MONEGROS.- Fuerte incremento del número de establecimientos (22,41%). Mayor porcentaje para el comercio mixto por secciones triplicando el número de establecimientos y considerable aumento de los grupos de actividad droguería y perfumería y alimentación.



BAJO CINCA.- Constituye una de las comarcas con mayor incremento en el número de establecimientos, un 28% más de los registrados en 1998. El incremento es bastante generalizado en todos los grupos de actividad, excepto del 500.

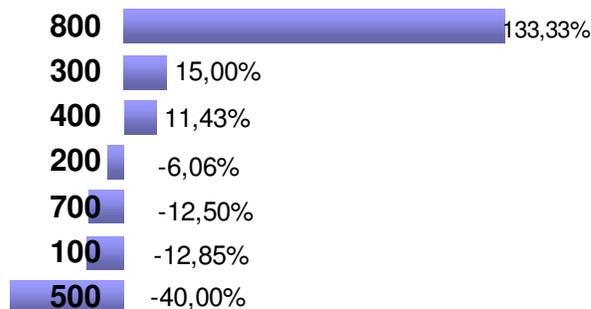
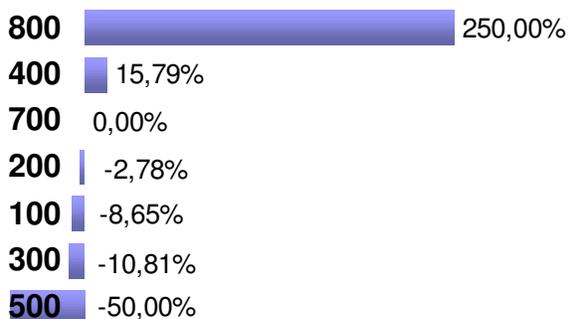
TARAZONA Y EL MONCAYO.- Disminución de establecimientos en un 8% a pesar del fuerte incremento en el comercio mixto y en droguería, perfumería y farmacia. Destaca la reducción del tipo de establecimientos de textil y alimentación.

COMARCAS DE ARAGÓN- EVOLUCIÓN 1998-2003 (IV)



CAMPO DE BORJA.- Fuerte disminución respecto a 1998 (10%), una de las mayores producidas en las comarcas. Textil, confección y calzado es el grupo de actividad que ha visto afectado.

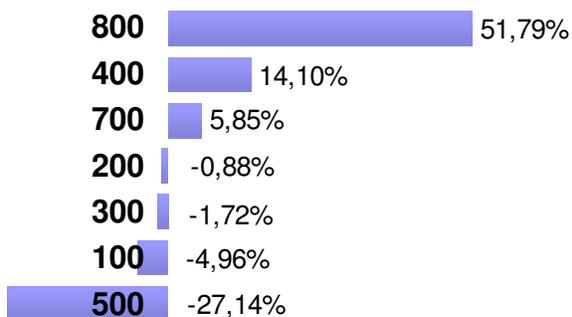
ARANDA.- Disminución de establecimientos en un 8%. Esto afecta a todos los grupos de actividad excepto al grupo 800 que aumenta considerablemente duplicando el número de establecimientos.



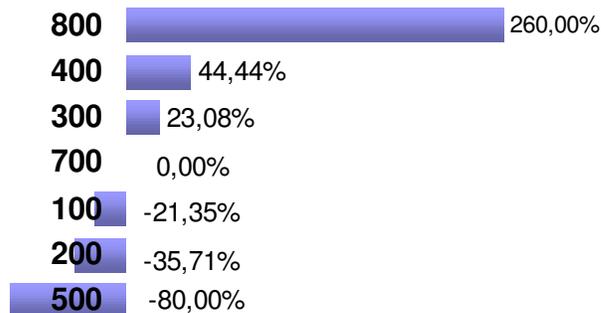
RIBERA ALTA DEL EBRO.- Mantenimiento del número de comercios, si bien se ha producido una redistribución de su tipología. Gana peso el comercio mixto y, en menor medida, también hogar y construcción mientras que en el resto de grupos se han producidos ligeras reducciones.

VALDEJALÓN.- Escasa variación en el número de establecimientos en el periodo de análisis. No obstante, se ha incrementado de manera importante el comercio mixto por secciones, con un 133,33%, además de las tiendas relacionadas con droguería y perfumería.

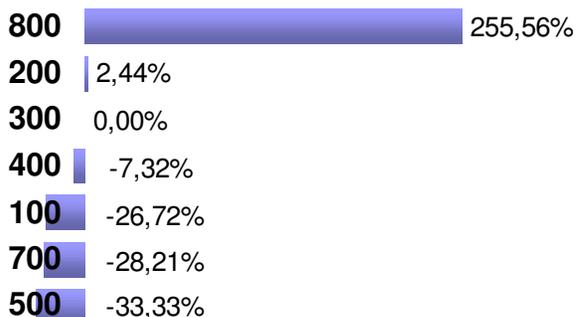
COMARCAS DE ARAGÓN- EVOLUCIÓN 1998-2003 (V)



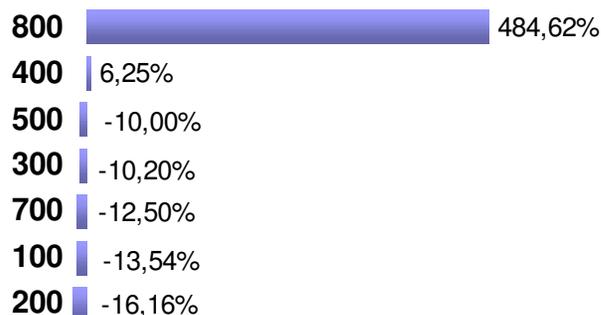
D.C. ZARAGOZA.- Ligeramente aumento de establecimientos (2%). El comercio mixto por secciones es el que más ha aumentado, en concreto los supermercados de tamaño medio y grandes almacenes.



RIBERA BAJA DEL EBRO.- Descenso superior al 5% respecto a 1998, concentrando la disminución en los grupos 500, 200 y 100. En cambio el comercio mixto ha experimentado un aumento del 260% y el de productos de hogar en un 44%.

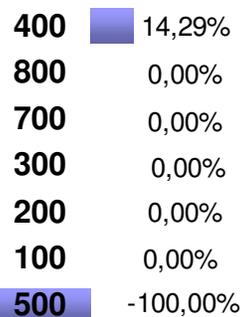
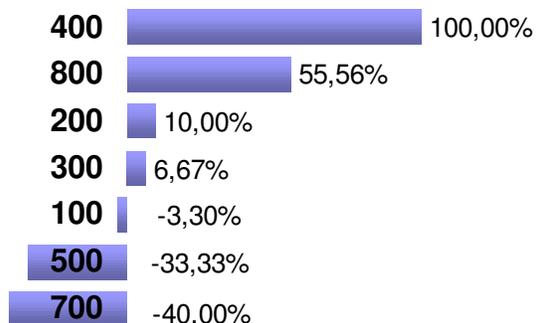


BAJO ARAGÓN-CASPE.- Disminución en torno al 10% del conjunto de establecimientos. Gran expansión del comercio mixto, y caída del número de establecimientos en el resto de grupos de actividad.



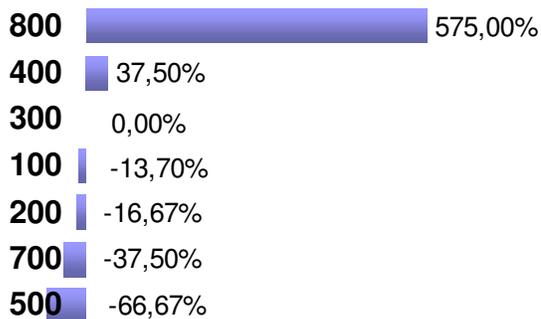
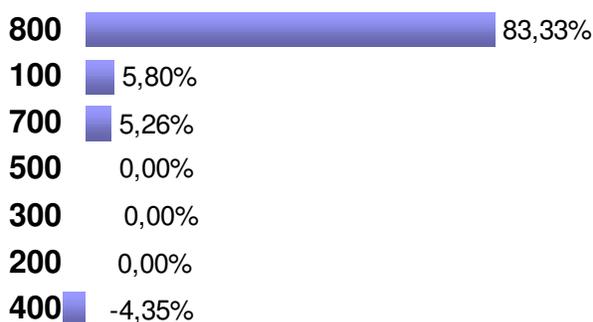
CALATAYUD.- Descenso entorno al 2%. Importante aumento del grupo 800 que se incrementó en un 500% y ligero descenso de los establecimientos en el resto de grupos de actividad.

COMARCAS DE ARAGÓN- EVOLUCIÓN 1998-2003 (VI)



CARIÑENA.- Aumento de un 6,54% aunque no generalizado para todos los grupos de actividad. El mayor crecimiento para hogar y construcción si bien en número de establecimientos el mayor porcentaje se concentra en el grupo 800.

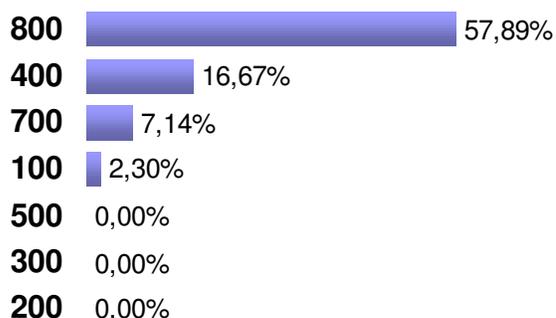
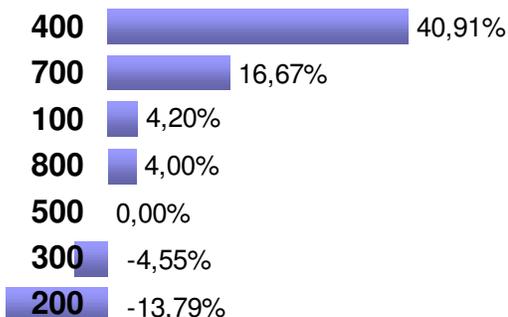
CAMPO DE BELCHITE.- Esta comarca no ha experimentado diferencias significativas respecto a 1998.



BAJO MARTÍN .- No se aprecian diferentes significativas con un ligero aumento del 6,12%, general para todos los grupos, con la excepción de hogar y construcción que reduce su número de establecimientos.

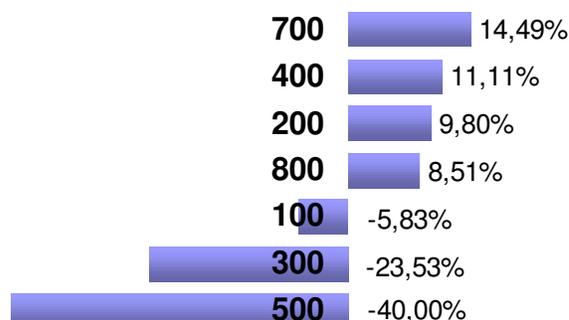
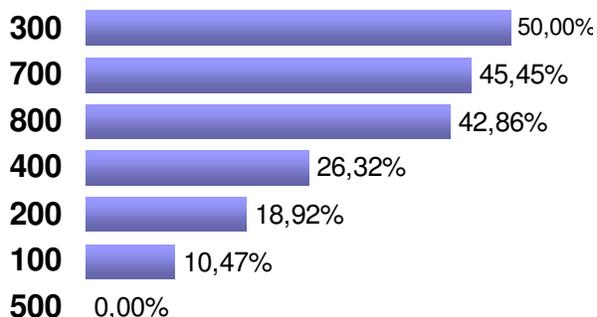
CAMPO DE DAROCA.- Incremento en torno al 10% con un incremento muy fuerte de variación en el número de comercios del grupo 800. El resto disminuyen.

COMARCAS DE ARAGÓN- EVOLUCIÓN 1998-2003 (VII)



JILOCA.- Apenas un 5% de incremento respecto a 1998. Hogar y construcción y otro comercio al por menor son los que más han aumentado el número de establecimientos.

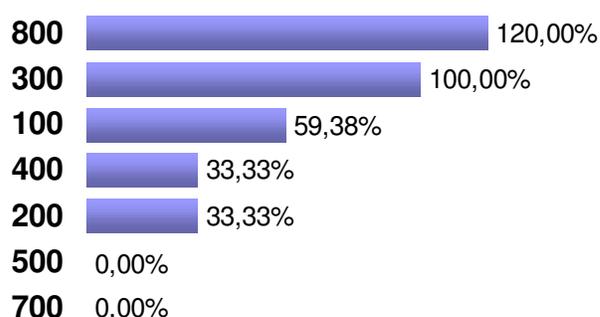
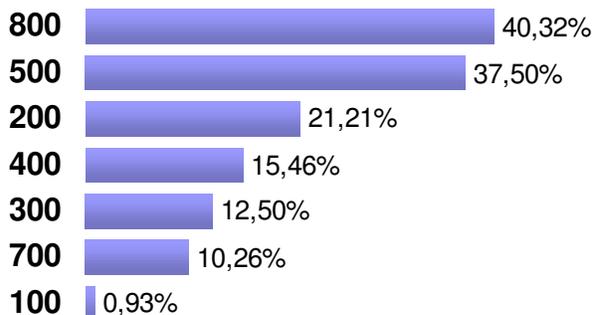
CUENCAS MINERAS.- Incremento del 10%. Este aumento es generalizado para todos los grupos, o bien se mantienen invariantes. El grupo que se ha incrementado en mayor medida es el grupo 800.



ANDORRA-SIERRA DE ARCOS.- Importante aumento (22,66%), generalizado en todos los grupos excepto en accesorios para vehículos y motocicletas que no sufre variación.

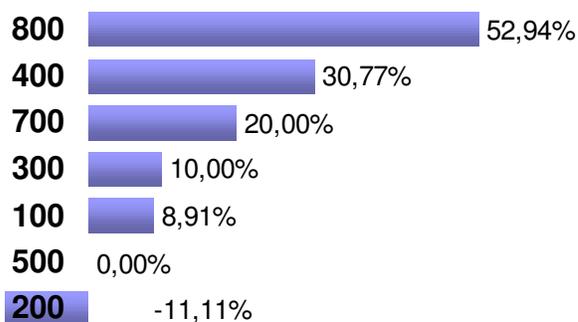
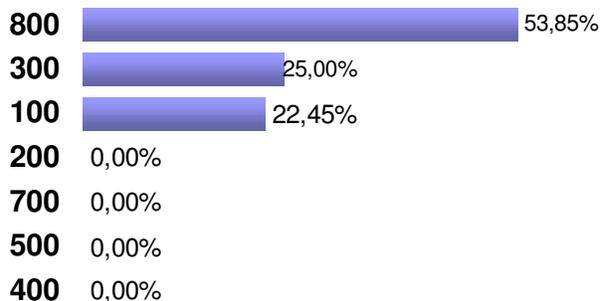
BAJO ARAGÓN.- El número de establecimientos apenas ha experimentado variación en el número de comercios. Los mayores aumentos porcentuales corresponden a otro comercio al por menor y hogar y construcción.

COMARCAS DE ARAGÓN- EVOLUCIÓN 1998-2003 (VIII)



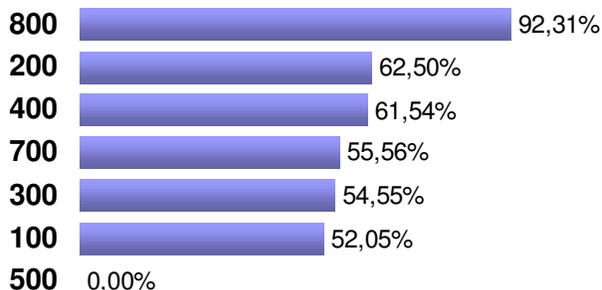
TERUEL.- Incremento del 13%. Todos los grupos de actividad han experimentado crecimiento, destacando el comercio mixto por secciones y los accesorios para vehículos y motocicletas así como los de productos textiles y calzado.

MAESTRAZGO.- Comarca que ha experimentado un incremento muy significativo por tipo de establecimiento cercano al 60%. Este aumento ha sido generalizado en todos los grupos.



SIERRA DE ALBARRACÍN.- Significativo aumento del 23,75% respecto a 1998. Incremento generalizado destacando el comercio mixto por secciones, droguería y las tiendas de productos alimenticios de tamaño reducido.

GÚDAR-JAVALAMBRE.- Incremento del número de comercios en un 14,84%. Aumento generalizado a excepción del comercio dedicado textil, confección y calzado.



MATARRAÑA.-Considerable incremento de los establecimientos (58,27%) tanto en términos absolutos como relativos respecto a 1998. El crecimiento es general destacando el comercio mixto, textil y hogar entre otros.

3.2.2.D. Distribución por grupos de actividad de Zaragoza.

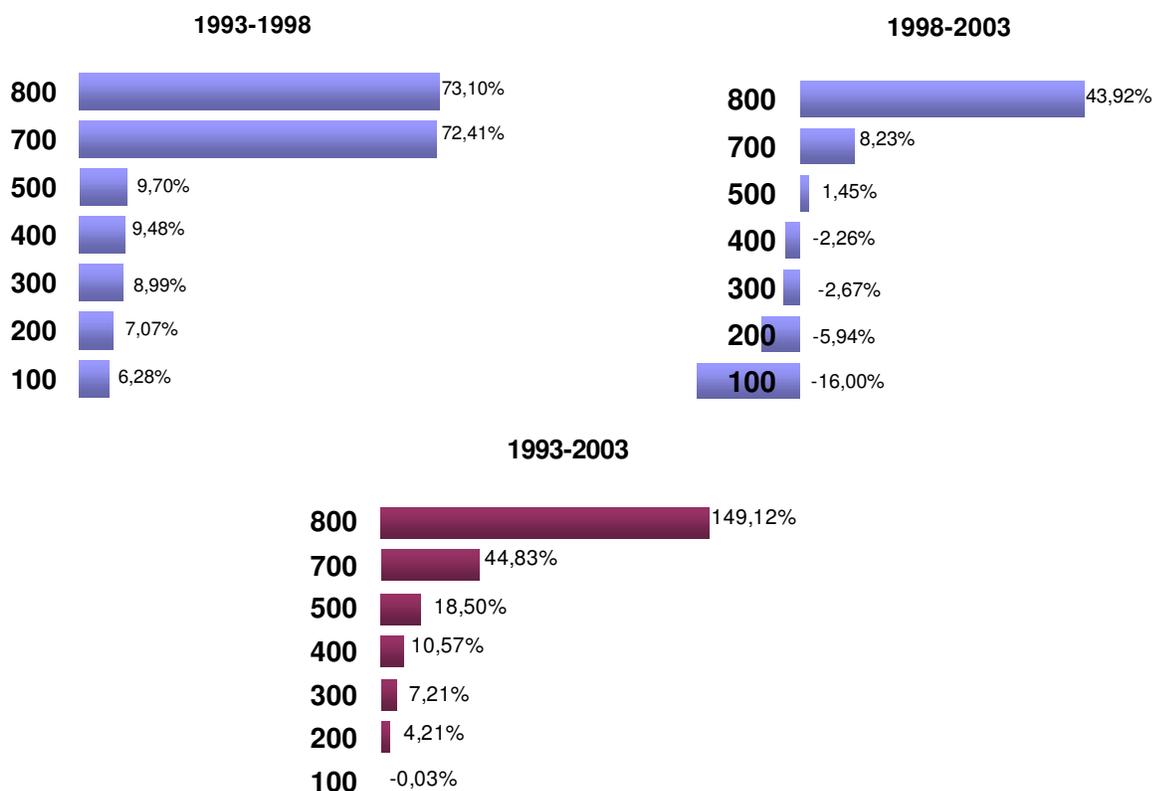
Dada las características de Zaragoza en el contexto aragonés se ha realizado un análisis de mayor profundidades por grupos de actividad para el periodo 1993-2003 para Zaragoza. Se debe tener en cuenta que, en este caso, se han descontado los comercios pertenecientes a los barrios rurales, ya que en anteriores revisiones del P.E.C. dichos establecimientos no se contabilizaron permitiendo analizar de este manera series similares

Clave	Municipio Zaragoza 1993	Municipio Zaragoza 1998	Municipio Zaragoza 2003 (sin barrios rurales)	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	3.250	3.454	3.249	6,28%	-5,94%	-0,03%
200	1.691	1.855	1.813	9,70%	-2,26%	7,21%
300	594	636	619	7,07%	-2,67%	4,21%
400	1.065	1.166	1.262	9,48%	8,23%	18,50%

Clave	Municipio Zaragoza 1993	Municipio Zaragoza 1998	Municipio Zaragoza 2003 (sin barrios rurales)	% 93-98	% 98-03	% 93-03
500	29	50	42	72,41%	-16,00%	44,83%
700	1.457	1.588	1.611	8,99%	1,45%	10,57%
800	171	296	426	73,10%	43,92%	149,12%
TOTAL	8.257	9.045	9.022	9,54%	-0,25%	9,26%

En términos globales mientras en el periodo 1993-1998, el incremento de número de establecimientos se centraba en el grupo 700 y 800 durante el 1998 se ha concentrado en el grupo que engloba los establecimientos de que engloban las grandes superficies que se han incrementado en casi un 50%. En el resto de grupos de actividad, los incrementos han sido moderados no apreciándose problemas significativos de destrucción de comercio.

Variación porcentual 1993 – 2003 del número de establecimientos por clave

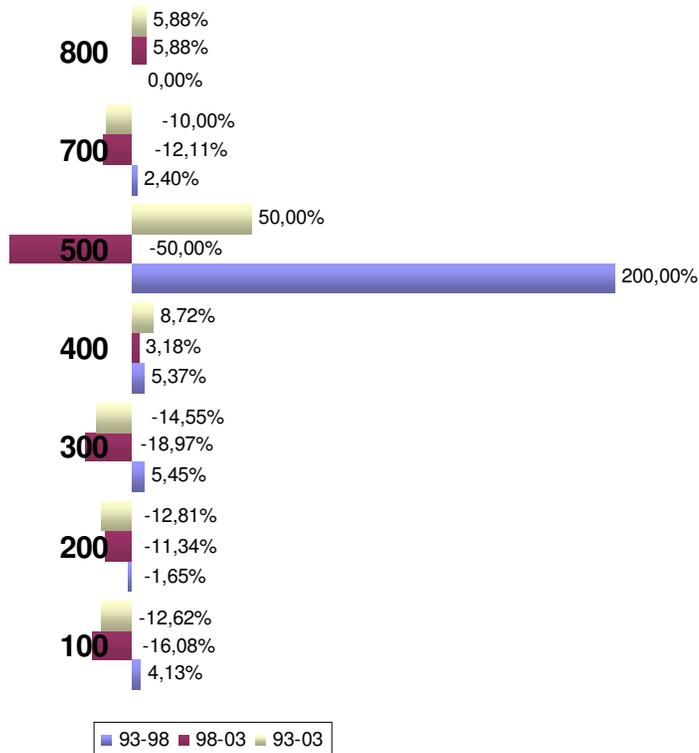


Con el fin de profundizar en las causas de la variación en Zaragoza, se analiza a continuación la **distribución por distritos y clave** según se muestra en la siguientes tablas:

✦ **CASCO ANTIGUO**

En el caso del distrito de Casco Antiguo, existe una disminución global del número de establecimientos del 11,38% concentrando 1.044 establecimientos en la actualidad. En general la destrucción por tipo de establecimientos ha sido generalizada en los últimos cinco años registrando únicamente incrementos en el número de comercios adscritos son el grupo 400 (Hogar y construcción) y el grupo 800 (Comercio mixto por secciones) frente al ligero incremento que se produjo en el periodo 93-98.

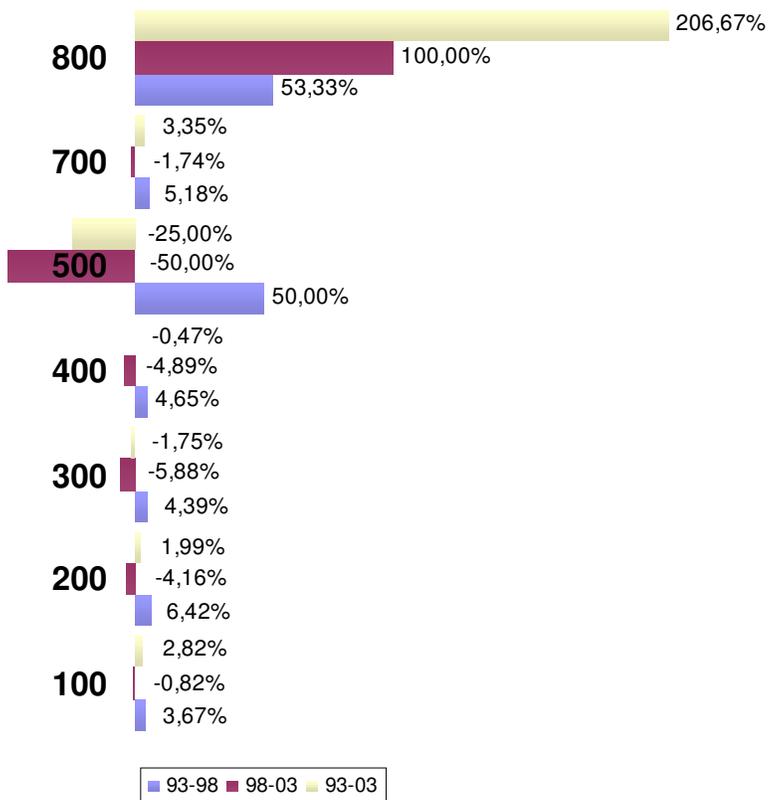
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	412	429	360	4,13%	-16,08%	-12,62%
200	Textil, confección, calzado	242	238	211	-1,65%	-11,34%	-12,81%
300	Droguería, perfumería y farmacia	55	58	47	5,45%	-18,97%	-14,55%
400	Hogar y construcción	149	157	162	5,37%	3,18%	8,72%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	2	6	3	200,00%	-50,00%	50,00%
700	Otro comercio al por menor	250	256	225	2,40%	-12,11%	-10,00%
800	Comercio mixto por secciones	34	34	36	0,00%	5,88%	5,88%
TOTAL CASCO ANTIGUO		1.144	1.178	1.044	2,97%	-11,38%	-8,74%



✦ **CENTRO**

En el distrito Centro, se ha reducido ligeramente el número de establecimiento, 1,72%, en el periodo 98-03 frente al incremento de algo más del 5,5% en el periodo anterior. Por grupos de actividad destaca la reducción del número en la mayor parte de ellos excepto el referente al grupo 800 que se ha doblado en cinco años.

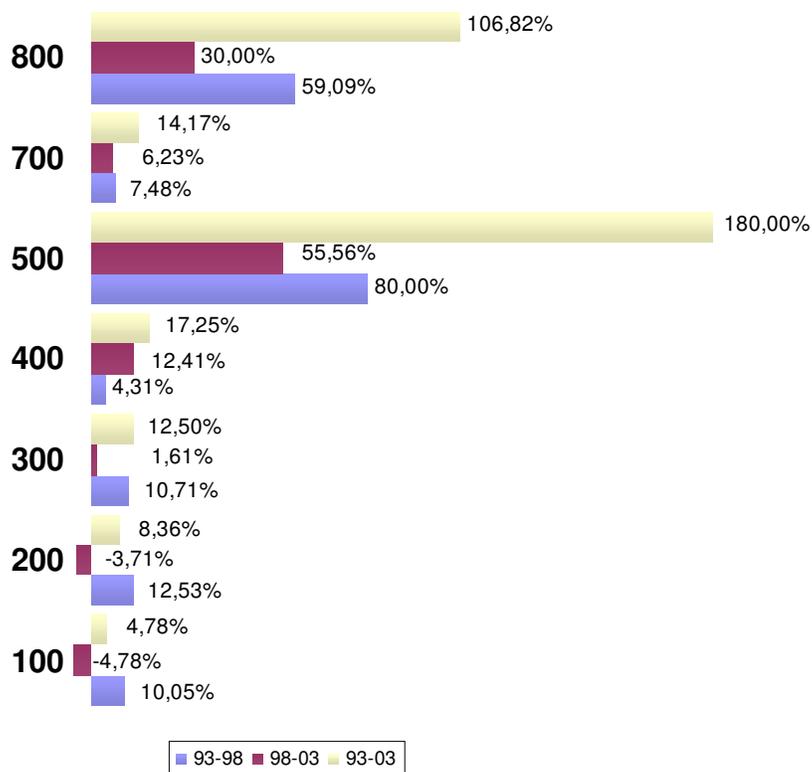
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	354	367	364	3,67%	-0,82%	2,82%
200	Textil, confección, calzado	452	481	461	6,42%	-4,16%	1,99%
300	Droguería, perfumería y farmacia	114	119	112	4,39%	-5,88%	-1,75%
400	Hogar y construcción	215	225	214	4,65%	-4,89%	-0,47%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	4	6	3	50,00%	-50,00%	-25,00%
700	Otro comercio al por menor	328	345	339	5,18%	-1,74%	3,35%
800	Comercio mixto por secciones	15	23	46	53,33%	100,00%	206,67%
TOTAL CENTRO		1482	1566	1539	5,67%	-1,72%	3,85%



✦ **DELICIAS**

El distrito de las Delicias ha experimentado un ligero incremento con un 1,63% respecto al año 1998 produciéndose un ligero estancamiento frente al importante crecimiento del periodo 93-98 que superaba el 10%. Por grupos de actividad en general se han producido incrementos en todos los grupos destacando especialmente el grupo de accesorios para vehículos y el comercio mixto por secciones. Por el contrario los grupos que han reducido en número han sido los de Alimentos, bebidas y tabaco y el de Textil, Confección y Calzado.

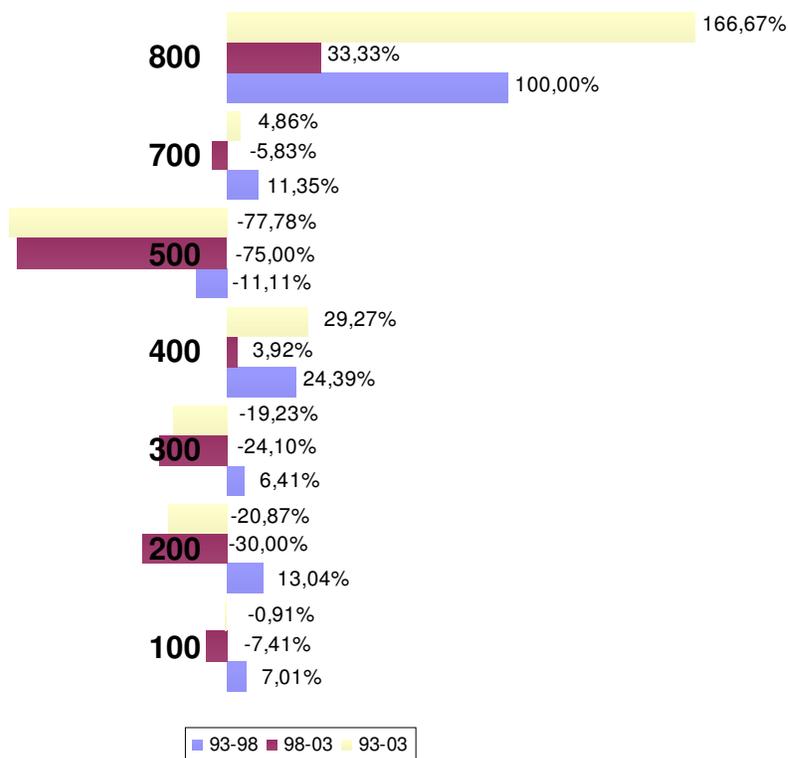
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	627	690	657	10,05%	-4,78%	4,78%
200	Textil, confección, calzado	359	404	389	12,53%	-3,71%	8,36%
300	Droguería, perfumería y farmacia	112	124	126	10,71%	1,61%	12,50%
400	Hogar y construcción	255	266	299	4,31%	12,41%	17,25%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	5	9	14	80,00%	55,56%	180,00%
700	Otro comercio al por menor	254	273	290	7,48%	6,23%	14,17%
800	Comercio mixto por secciones	44	70	91	59,09%	30,00%	106,82%
TOTAL DELICIAS		1.656	1.836	1.866	10,87%	1,63%	12,68%



✦ **ENSANCHE**

En el distrito Ensanche la reducción del número de comercios ha sido de casi un 10% frente al incremento que se había producido de un 12% en el periodo 93-98. Por grupos de actividad, el comercio mixto (grupo 800) por secciones aumentó la tercera parte (33,33%). Por el contrario la destrucción del comercio se ha centrado en el grupo 300- droguería, perfumería y farmacia, con una reducción de algo más del 24% y el grupo 200 textil, confección y calzado con una reducción del 30%.

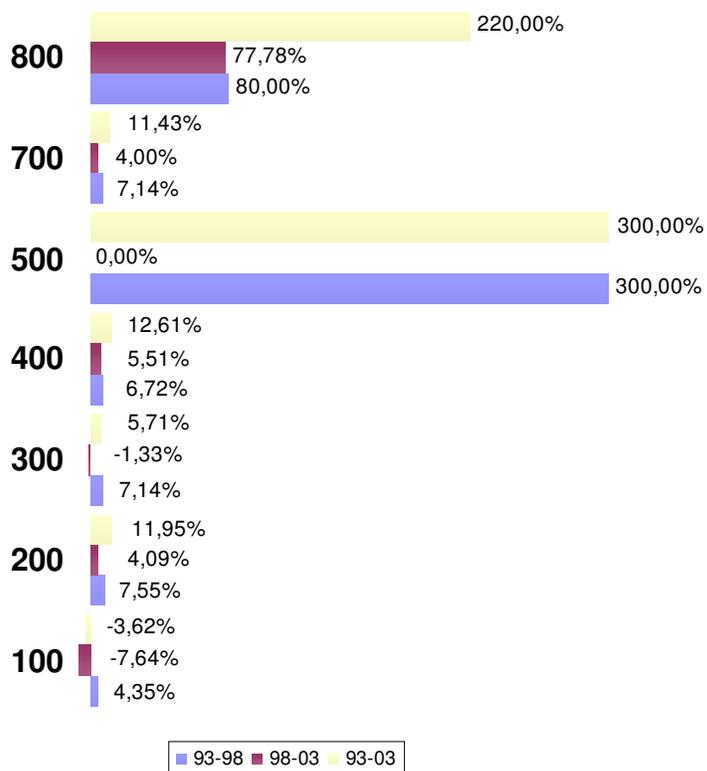
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	328	351	325	7,01%	-7,41%	-0,91%
200	Textil, confección, calzado	115	130	91	13,04%	-30,00%	-20,87%
300	Droguería, perfumería y farmacia	78	83	63	6,41%	-24,10%	-19,23%
400	Hogar y construcción	82	102	106	24,39%	3,92%	29,27%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	9	8	2	-11,11%	-75,00%	-77,78%
700	Otro comercio al por menor	185	206	194	11,35%	-5,83%	4,86%
800	Comercio mixto por secciones	15	30	40	100,00%	33,33%	166,67%
TOTAL ENSANCHE		812	910	821	12,07%	-9,78%	1,11%



✦ **SAN JOSE**

En el caso del distrito de San José, se ha producido un ligero incremento del 1,41% respecto a la situación del año 1998 si bien el incremento es inferior al que se produjo en el periodo 93-98 que se situaba en un 7,8%. Por tipo de actividad destaca el incremento de establecimientos del grupo 800 desde los 36 existentes en 1998 hasta los 64 de 2003 lo que supone un aumento de un 77,78%. El grupo 100 (Alimentos, bebidas y tabaco) ha experimentado una disminución del 7,64%.

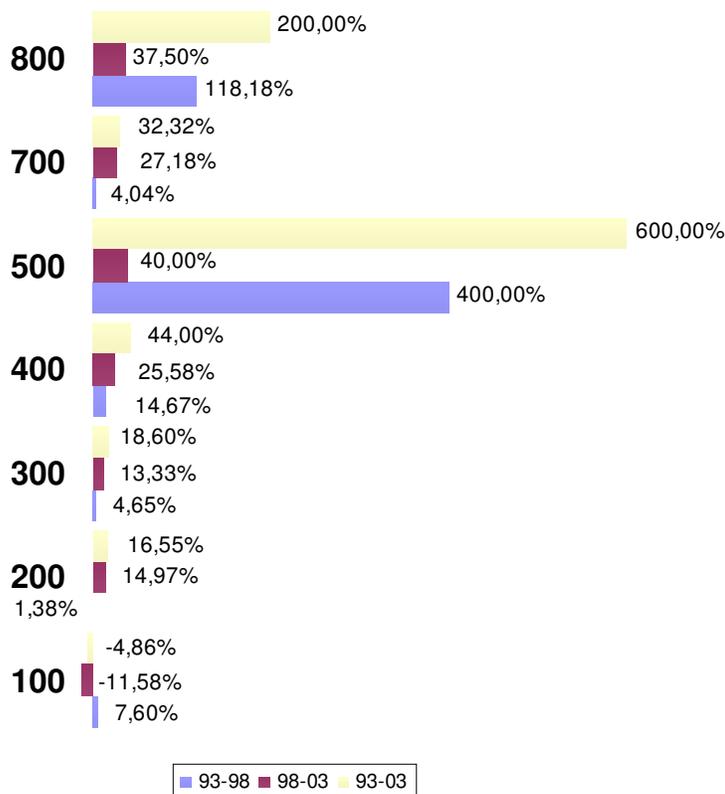
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	414	432	399	4,35%	-7,64%	-3,62%
200	Textil, confección, calzado	159	171	178	7,55%	4,09%	11,95%
300	Droguería, perfumería y farmacia	70	75	74	7,14%	-1,33%	5,71%
400	Hogar y construcción	119	127	134	6,72%	5,51%	12,61%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	1	4	4	300,00%	0,00%	300,00%
700	Otro comercio al por menor	140	150	156	7,14%	4,00%	11,43%
800	Comercio mixto por secciones	20	36	64	80,00%	77,78%	220,00%
TOTAL SAN JOSE		923	995	1.009	7,80%	1,41%	9,32%



✦ **LAS FUENTES**

El incremento de número de comercios producido en el barrio de Las Fuentes ha sido de un 6,28% pasando de los 764 en 1998 hasta los 812 en 2003 (6,28%). Los mayores incrementos se han producido en el grupo 500 y el grupo 800 que han aumentado aproximadamente un 40% su cuantía.

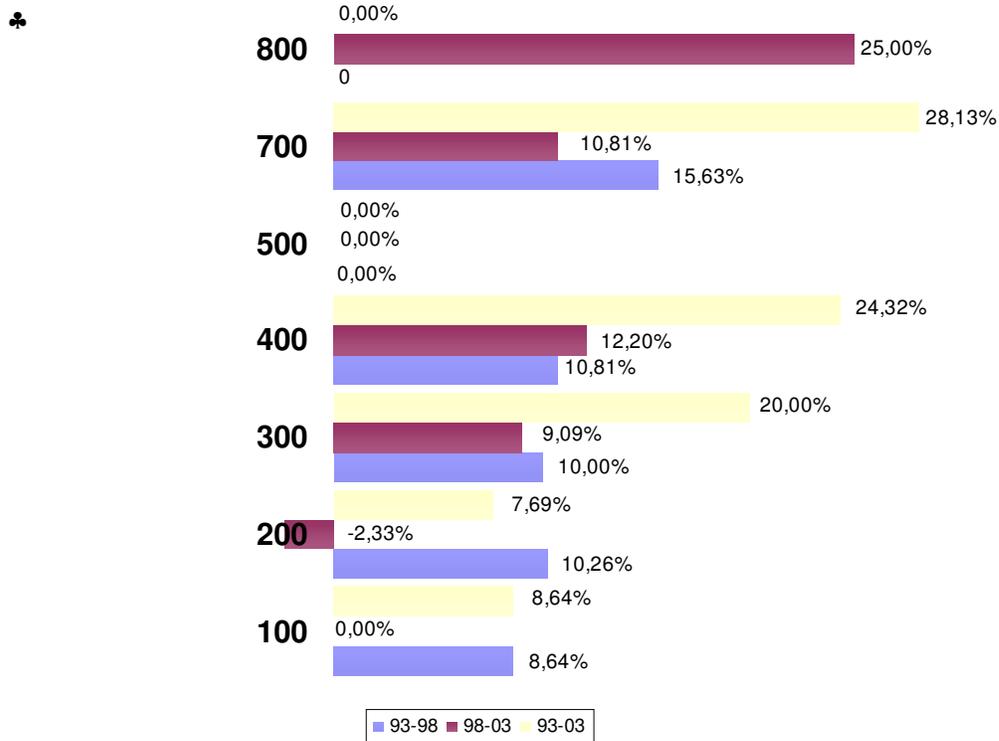
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	329	354	313	7,60%	-11,58%	-4,86%
200	Textil, confección, calzado	145	147	169	1,38%	14,97%	16,55%
300	Droguería, perfumería y farmacia	43	45	51	4,65%	13,33%	18,60%
400	Hogar y construcción	75	86	108	14,67%	25,58%	44,00%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	1	5	7	400,00%	40,00%	600,00%
700	Otro comercio al por menor	99	103	131	4,04%	27,18%	32,32%
800	Comercio mixto por secciones	11	24	33	118,18%	37,50%	200,00%
TOTAL LAS FUENTES		703	764	812	8,68%	6,28%	15,50%



✦ **LA ALMOZARA**

El distrito de La Almozara ha experimentado casi un 5% de incremento en número de establecimientos en el periodo 98-03 frente al incremento del 14,5% que se produjo en el periodo 93-98. El grupo que más ha acusado el ligero incremento es el grupo 800 mientras que tan sólo en el grupo 200 (Textil, confección y calzado) se ha reducido el número de establecimientos.

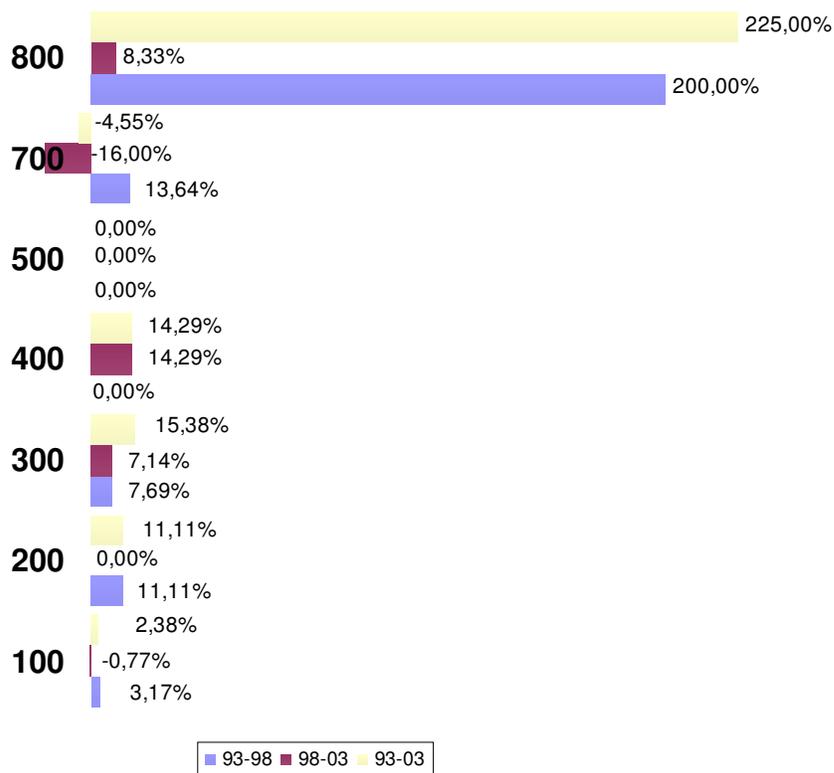
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	81	88	88	8,64%	0,00%	8,64%
200	Textil, confección, calzado	39	43	42	10,26%	-2,33%	7,69%
300	Droguería, perfumería y farmacia	20	22	24	10,00%	9,09%	20,00%
400	Hogar y construcción	37	41	46	10,81%	12,20%	24,32%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	4	1	-	-	-	-
700	Otro comercio al por menor	32	37	41	15,63%	10,81%	28,13%
800	Comercio mixto por secciones	-	12	15	-	25,00%	-
TOTAL ALMOZARA		213	244	256	14,55%	4,92%	20,19%



OLIVER-VALDEFIERRO

El distrito Oliver-Valdefierro no ha experimentado variaciones significativas respecto al número de establecimientos manteniéndose respecto a 1998 si bien en el periodo 93-98 se había incrementado el número de establecimientos de manera significativa en un 9%.

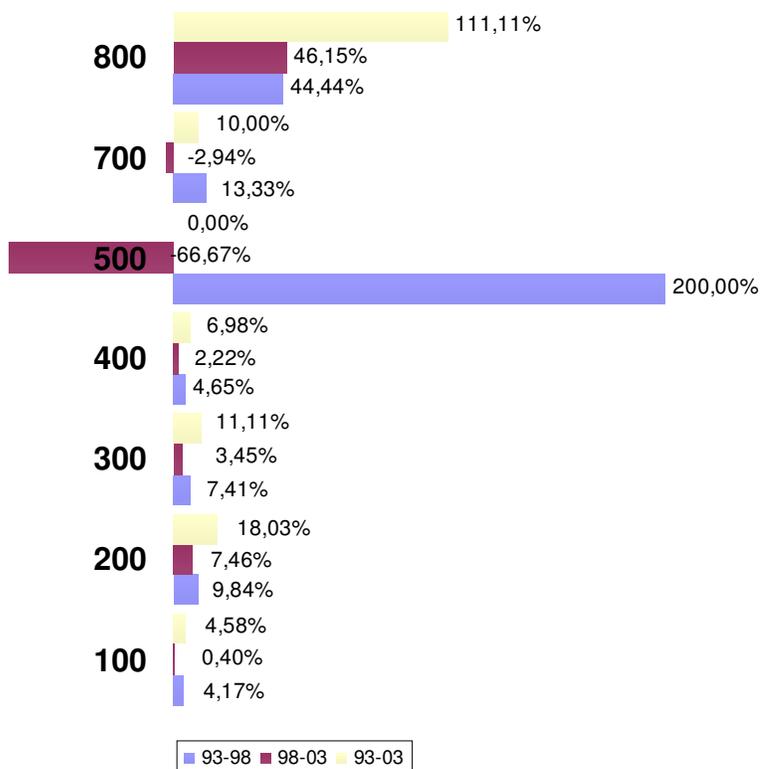
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	126	130	129	3,17%	-0,77%	2,38%
200	Textil, confección, calzado	18	20	20	11,11%	0,00%	11,11%
300	Droguería, perfumería y farmacia	13	14	15	7,69%	7,14%	15,38%
400	Hogar y construcción	14	14	16	0,00%	14,29%	14,29%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	-	-	1	-	-	-
700	Otro comercio al por menor	22	25	21	13,64%	-16,00%	-4,55%
800	Comercio mixto por secciones	4	12	13	200,00%	8,33%	225,00%
TOTAL OLIVER VALDEFIERRO		197	215	215	9,14%	0,00%	9,14%



✦ **TORRERO-LA PAZ**

Al igual que para el distrito anterior Torrero- La Paz registra variaciones globales poco significativas en el periodo 98-03 frente al ligero incremento que se había producido en el periodo 93-98 de un 7,7%. No obstante, por tipo de actividad destaca un incremento del 46,15% el número de comercios del grupo 800, pasando a 19 en 2003, desde los 13 que contaba en 1998.

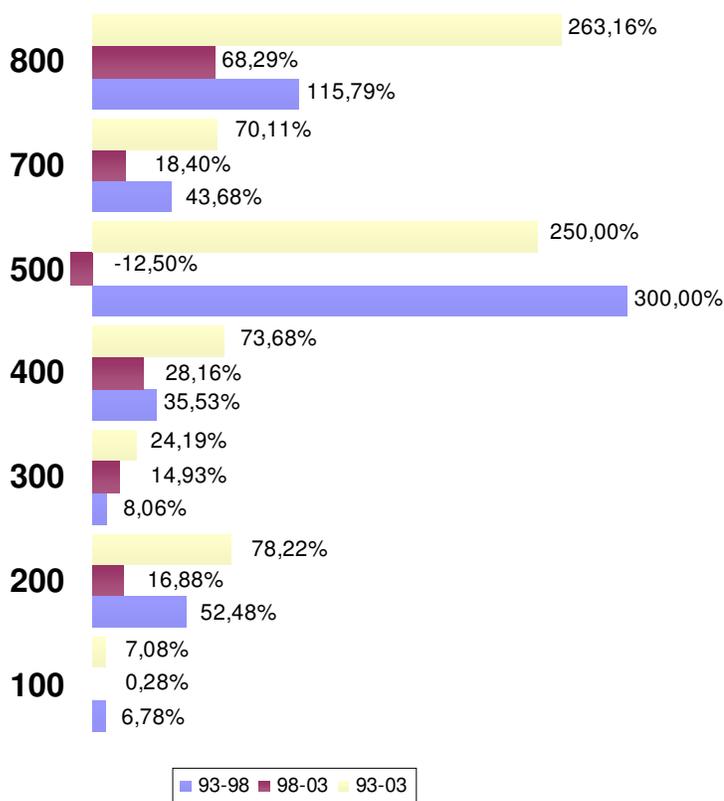
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	240	250	251	4,17%	0,40%	4,58%
200	Textil, confección, calzado	61	67	72	9,84%	7,46%	18,03%
300	Droguería, perfumería y farmacia	27	29	30	7,41%	3,45%	11,11%
400	Hogar y construcción	43	45	46	4,65%	2,22%	6,98%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	1	3	1	200,00%	-66,67%	0,00%
700	Otro comercio al por menor	60	68	66	13,33%	-2,94%	10,00%
800	Comercio mixto por secciones	9	13	19	44,44%	46,15%	111,11%
TOTAL TORRERO-LA PAZ		441	475	485	7,71%	2,11%	9,98%



✦ **MARGEN IZQUIERDA**

La Margen Izquierda constituye la zona más dinámica de la ciudad en materia de comercio y que más cambios ha experimentado en los últimos años. Si bien el incremento de número de establecimientos fue mayor en el periodo 93.98, en los últimos años se ha incrementado en casi un 13,5%. Por grupo de actividad destaca especialmente el comercio mixto por secciones además de lo relativo a establecimientos relacionados con el hogar.

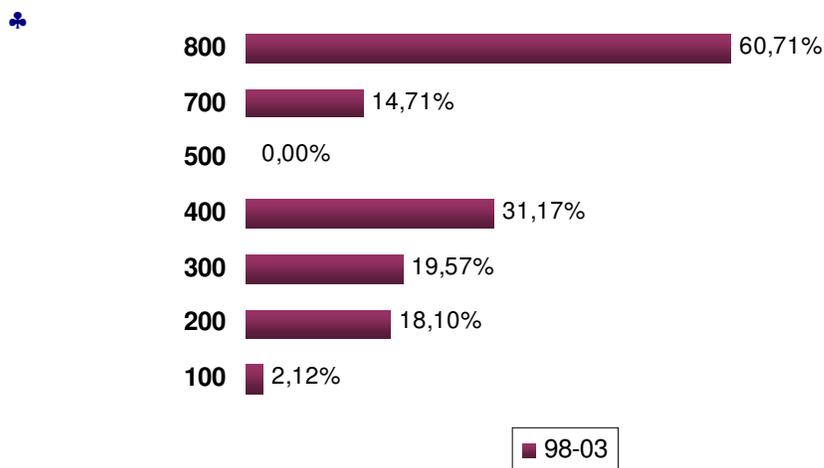
Clave	Actividad	1993	1998	2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	339	362	363	6,78%	0,28%	7,08%
200	Textil, confección, calzado	101	154	180	52,48%	16,88%	78,22%
300	Droguería, perfumería y farmacia	62	67	77	8,06%	14,93%	24,19%
400	Hogar y construcción	76	103	132	35,53%	28,16%	73,68%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	2	8	7	300,00%	-12,50%	250,00%
700	Otro comercio al por menor	87	125	148	43,68%	18,40%	70,11%
800	Comercio mixto por secciones	19	41	69	115,79%	68,29%	263,16%
TOTAL MARGEN IZQUIERDA		686	860	976	25,36%	13,49%	42,27%



♣ **ACTUR**

El incremento en el número de establecimientos del Actur ha sido el más importante de todos los distritos de Zaragoza incrementándose en casi un 15% respecto al año 1998. Destaca especialmente el grupo 800 que se eleva en un 60,71%. Por otro lado, no existe destrucción del comercio en ninguno de los grupos contemplados.

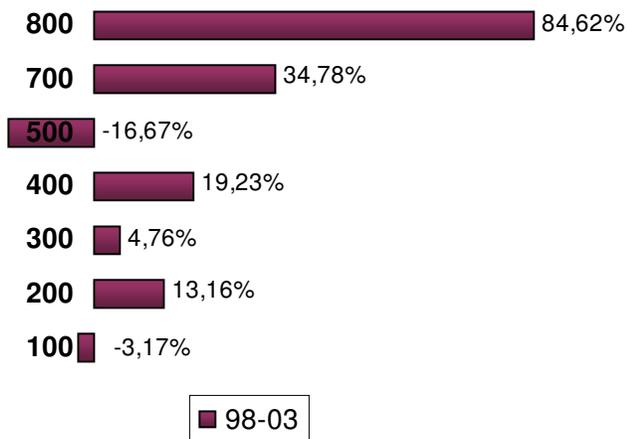
Clave	Actividad	1998	2003	% 98-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	236	241	2,12%
200	Textil, confección, calzado	116	137	18,10%
300	Droguería, perfumería y farmacia	46	55	19,57%
400	Hogar y construcción	77	101	31,17%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	2	2	0,00%
700	Otro comercio al por menor	102	117	14,71%
800	Comercio mixto por secciones	28	45	60,71%
TOTAL ACTUR		607	698	14,99%



♣ **ARRABAL- LA JOTA**

Si bien no es comparable con la concentración existente en el Actur, el distrito de Arrabal-La Jota ha experimentado una evolución muy positiva en los que respecta al número de comercio. Destaca especialmente el incremento producido en el grupo 800, con un 84,62% de alza, pasando de 13 a 24 establecimientos.

Clave	Actividad	1998	2003	% 98-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	126	122	-3,17%
200	Textil, confección, calzado	38	43	13,16%
300	Droguería, perfumería y farmacia	21	22	4,76%
400	Hogar y construcción	26	31	19,23%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	6	5	-16,67%
700	Otro comercio al por menor	23	31	34,78%
800	Comercio mixto por secciones	13	24	84,62%
TOTAL ARRABAL		253	278	9,88%



3.2.3. Ratios de Equipamiento

A través de los ratios que se desarrollan en los siguientes puntos, se relacionan las variables tomadas en consideración en el estudio. Además, también se tiene en cuenta la variable demográfica. Los índices utilizados son los siguientes:

- $\text{Índice de dotación comercial} = \frac{\text{N}^\circ \text{ establecimientos}}{1000 \text{ habitantes}}$
- $\text{Índice de superficie comercial} = \frac{\text{m}^2 \text{ superficie de venta}}{1000 \text{ habitantes}}$

A esto se añade el ratio de **tamaño medio de comercio** que se establece mediante la división de la superficie de venta entre el número de establecimientos.

3.2.3.A. Índice de dotación comercial

Índice de dotación comercial por provincias

El índice de dotación comercial de la Comunidad Autónoma de Aragón en 2003 es de 16,5 establecimientos comerciales por cada 1000 habitantes. Por provincias los indicadores más elevados se concentran en las provincias de Huesca y Teruel que cuentan con 20,14 y 16,50 establecimientos por cada 1.000 habitantes. Comparativamente con la media nacional, éste porcentaje sitúa, excepto para la provincia de Zaragoza, por encima de dicho ratio.

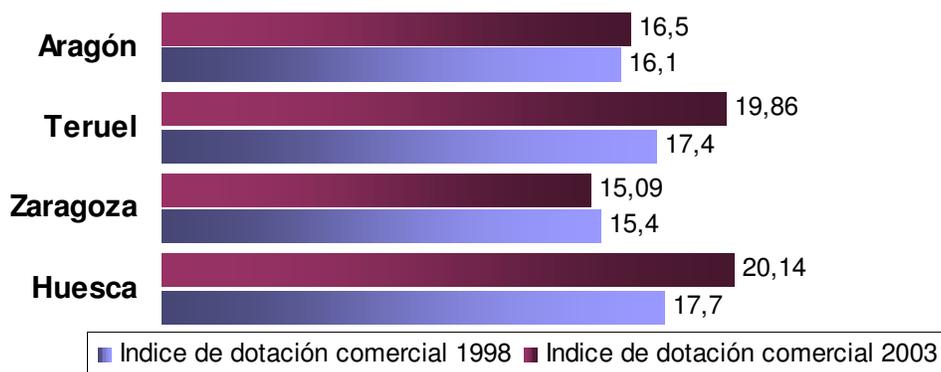
Provincia	Índice de dotación comercial (nº Establecimientos / 1000 hab.)
Huesca	20,14
Zaragoza	15,09
Teruel	19,86
Aragón	16,50
España ¹	15,10

¹ Informe de “Evolución y actualización de la estructura del comercio minorista en España en 2000” de la Dirección General de Política Comercial del Ministerio de Economía.

Si se comparan estos datos con los de 1998, dicho índice era de 16,1 establecimientos por cada 1000 habitantes. Por lo tanto, la variación experimentada en el periodo de análisis ha sido de un incremento del 2,48%. Por provincias, mientras en Huesca y Teruel el índice de dotación comercial ha crecido en torno al 15%, la provincia de Zaragoza ha sufrido una pérdida cercana al 2% en este índice., tal y como refleja la tabla y gráfico adjunto.

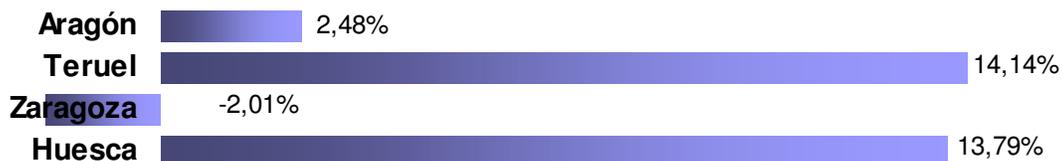
Provincia	Índice de dotación comercial 2003	Índice de dotación comercial 1998	Diferencia	Diferencia (%)
Huesca	20,14	17,7	2,44	13,79%
Zaragoza	15,09	15,4	-0,31	-2,01%
Teruel	19,86	17,4	2,46	14,14%
Aragón	16,5	16,1	0,40	2,48%

Evolución de índices de dotación comercial 1998 – 2003 por provincias



Variación porcentual de índices de dotación comercial 1998 – 2003 por provincias

A continuación se muestra la evolución porcentual entre los años 1998 y 2003 de este índice. La mayor variación es la de la provincia de Teruel, que aumenta en un 14,14%. La evolución del índice en Aragón ha sido positiva a pesar del ligero retroceso en el índice en la provincia de Zaragoza.



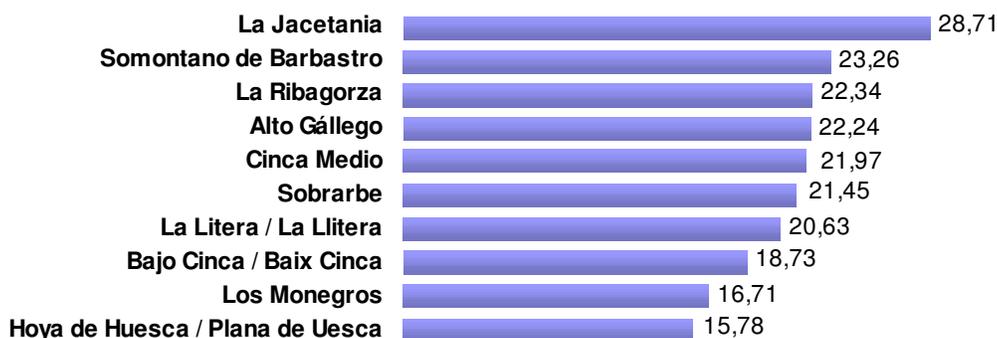
Índice de dotación comercial por comarcas

Análogamente a lo realizado a nivel comarcal, se ha calculado el índice de dotación comercial por cada una de las comarcas de Aragón tal y como se detalla en el cuadro y gráfica adjunto. Adicionalmente se ha comparado como ha evolucionado este indicador respecto a 1998.

COMARCA		Índice de dotación comercial (nº Establecimientos / 1000 hab)
01	La Jacetania	28,71
02	Alto Gállego	22,24
03	Sobrarbe	21,45
04	La Ribagorza	22,34
05	Cinco Villas	14,57
06	Hoya de Huesca / Plana de Uesca	15,78
07	Somontano de Barbastro	23,26
08	Cinca Medio	21,97
09	La Litera / La Llitera	20,63
10	Los Monegros	16,71
11	Bajo Cinca / Baix Cinca	18,73
12	Tarazona y el Moncayo	17,43
13	Campo de Borja	15,71
14	Aranda	12,60
15	La Ribera Alta del Ebro	14,58
16	Valdejalón	14,16
17	Zaragoza	14,88
18	La Ribera Baja del Ebro	14,76
19	Bajo Aragón Caspe / Baix Aragó-Casp	20,71
20	Calatayud	16,80
21	Campo de Cariñena	15,52
22	Campo de Belchite	16,35
23	Bajo Martín	21,13
24	Campo de Daroca	17,67
25	Jiloca	18,44
26	Cuencas Mineras	20,10
27	Andorra-Sierra de Arcos	22,30
28	Bajo Aragón	21,38
29	Teruel	16,89
30	Maestrazgo	24,59
31	Sierra de Albarracín	19,96
32	Gúdar-Javalambre	22,55
33	Matarraña / Matarranya	23,15
PROVINCIA DE HUESCA		20,14
PROVINCIA DE ZARAGOZA		19,86
PROVINCIA DE TERUEL		15,09
TOTAL ARAGÓN		16,50

En las comarcas de la **provincia de Huesca** la comarca de la Jacetania es la que mayor índice de dotación comercial alcanza con 29,22 establecimientos por cada 1.000 habitantes. El resto de las comarcas se sitúan entorno a unos 20 establecimientos por cada 1.000 habitantes, mientras que la Hoya de Huesca apenas sobrepasa un 15,86 establecimientos por cada 1.000 habitantes. Tanto la comarca de la Hoya de Huesca, Monegros y Bajo Cinca se sitúan por debajo del índice de dotación comercial de la provincia de Huesca situado en 20,14 establecimientos por cada 1.000 habitantes.

Índices de dotación comercial por comarcas en la provincia de Huesca



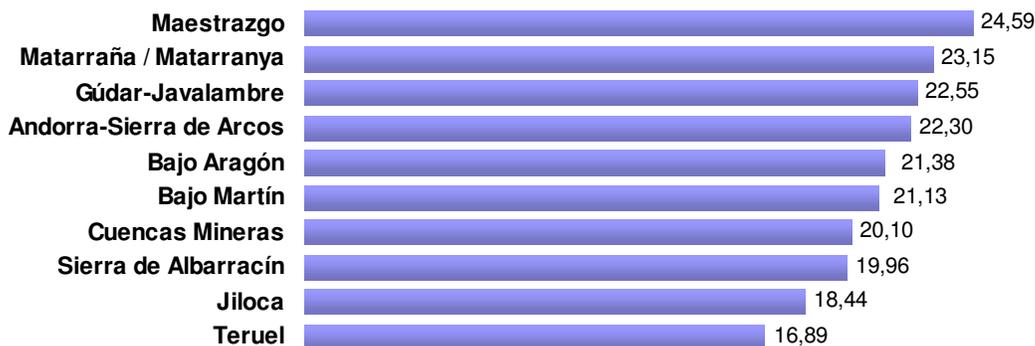
El índice de dotación comercial en la **provincia de Zaragoza** se sitúa en los 15,09 establecimientos por cada 1.000 habitantes. La comarca de Bajo Aragón-Caspe supera el índice de la provincia y se sitúa en 20,71, el resto de comarcas se encuentran alrededor del índice provincial y solamente la comarca de Aranda tiene un índice de dotación sensiblemente inferior (12,6).



La **provincia de Teruel** posee un índice de dotación comercial de 19,86 establecimientos por cada 1.000 habitantes

Por comarcas la mayoría superan esta cantidad sobre todo la comarca del Maestrazgo debido a su escasa población. La comarca de Teruel es la que menor índice de dotación comercial tiene de la provincia seguida de la comarca del Jiloca y Sierra de Albarracín.

Índices de dotación comercial por comarcas en la provincia de Teruel



Analizando comparativamente la situación respecto a 1998, los mayores aumentos se han producido en las comarcas de Matarraña (28,04%), Bajo Cinca (26,29%) y Cuencas Mineras (26,20%). De las diez comarcas que han disminuido su índice de dotación comercial, destacan las comarcas de Ribera Baja del Ebro con una reducción del 10,13% y Campo de Borja con un 9,78%. El cuadro adjunto detalla dichas evoluciones marcando en sombreado aquellas que han visto reducido el número de establecimientos por 1.000 habitantes en el periodo de estudio.

	Índice de dotación comercial 1998	Índice de dotación comercial 2003	Diferencia	Diferencia (%)
1. Jacetania	22,92	29,22	6,30	27,51%
2. Alto Gállego	20,27	22,24	1,97	9,71%
3. Sobrarbe	20,28	21,45	1,17	5,79%
4. Ribagorza	21,02	22,34	1,32	6,29%
5. Cinco Villas	14,89	14,57	-0,32	-2,17%
6. Hoya de Huesca	14,77	15,86	1,09	7,39%
7. Somontano de Barbastro	20,48	23,26	2,78	13,55%
8. Cinca medio	18,77	21,97	3,20	17,05%
9. La Litera	19,55	20,63	1,08	5,53%
10. Monegros	15,13	17,04	1,91	12,59%
11. Bajo Cinca	14,83	18,96	4,13	27,83%
12. Somontano de Moncayo	18,93	17,43	-1,50	-7,94%
13. Campo de Borja	17,41	15,71	-1,70	-9,76%
14. Aranda	13,50	12,60	-0,90	-6,68%
15. Ribera Alta del Ebro	15,04	14,58	-0,46	-3,08%
16. Jalón Medio	15,40	14,16	-1,24	-8,02%

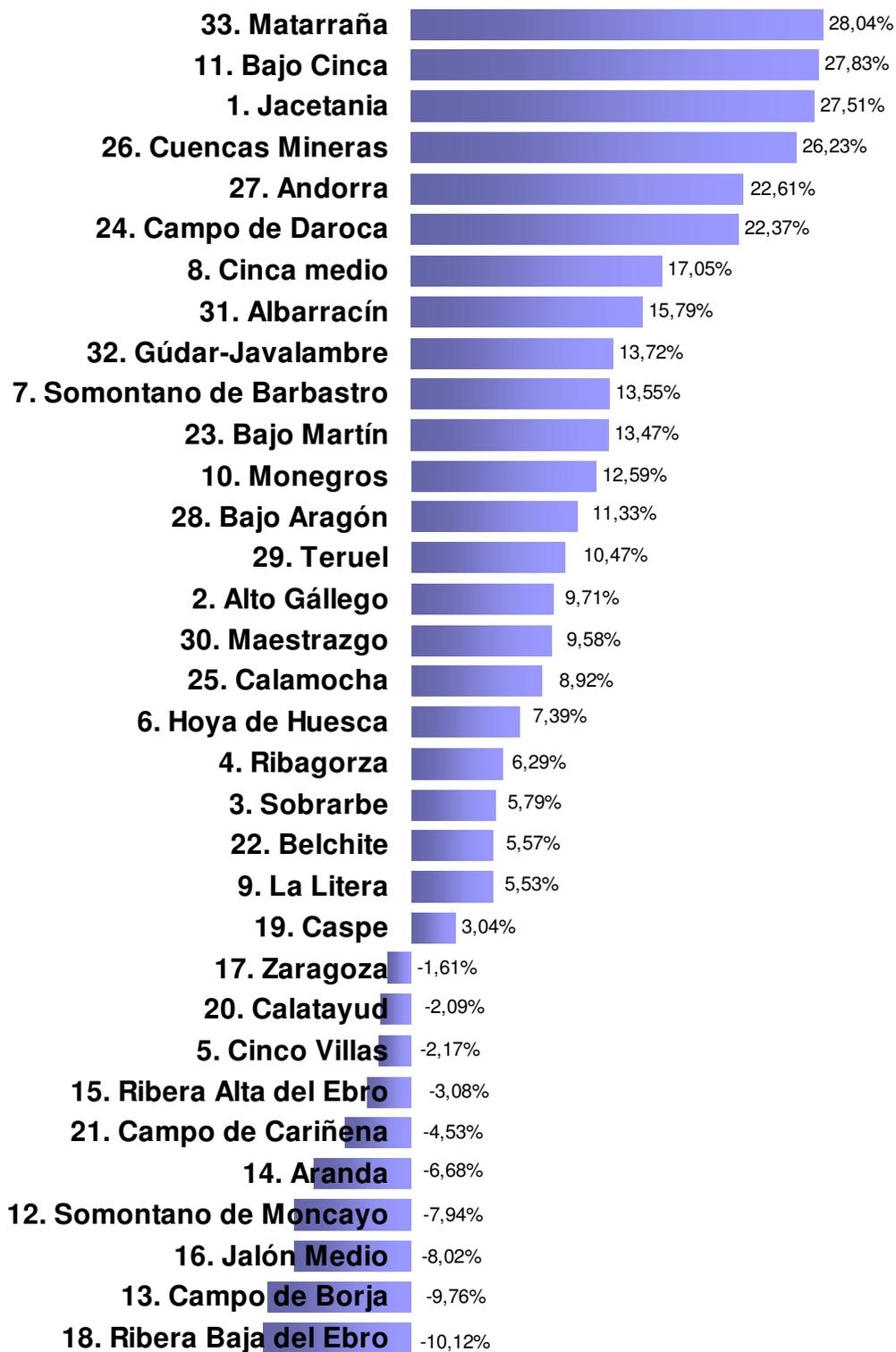
Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

	Índice de dotación comercial 1998	Índice de dotación comercial 2003	Diferencia	Diferencia (%)
17. Zaragoza	15,12	14,88	-0,24	-1,61%
18. Ribera Baja del Ebro	16,42	14,76	-1,66	-10,12%
19. Caspe	20,10	20,71	0,61	3,04%
20. Calatayud	17,16	16,80	-0,36	-2,09%
21. Campo de Cariñena	16,26	15,52	-0,74	-4,53%
22. Belchite	15,49	16,35	0,86	5,57%
23. Bajo Martín	18,62	21,13	2,51	13,47%
24. Campo de Daroca	14,44	17,67	3,23	22,37%
25. Calamocha	16,93	18,44	1,51	8,92%
26. Cuencas Mineras	15,92	20,10	4,18	26,23%
27. Andorra	18,19	22,30	4,11	22,61%
28. Bajo Aragón	19,20	21,38	2,18	11,33%
29. Teruel	15,29	16,89	1,60	10,47%
30. Maestrazgo	22,44	24,59	2,15	9,58%
31. Albaracín	17,24	19,96	2,72	15,79%
32. Gúdar-Javalambre	19,83	22,55	2,72	13,72%
33. Matarraña	18,08	23,15	5,07	28,04%

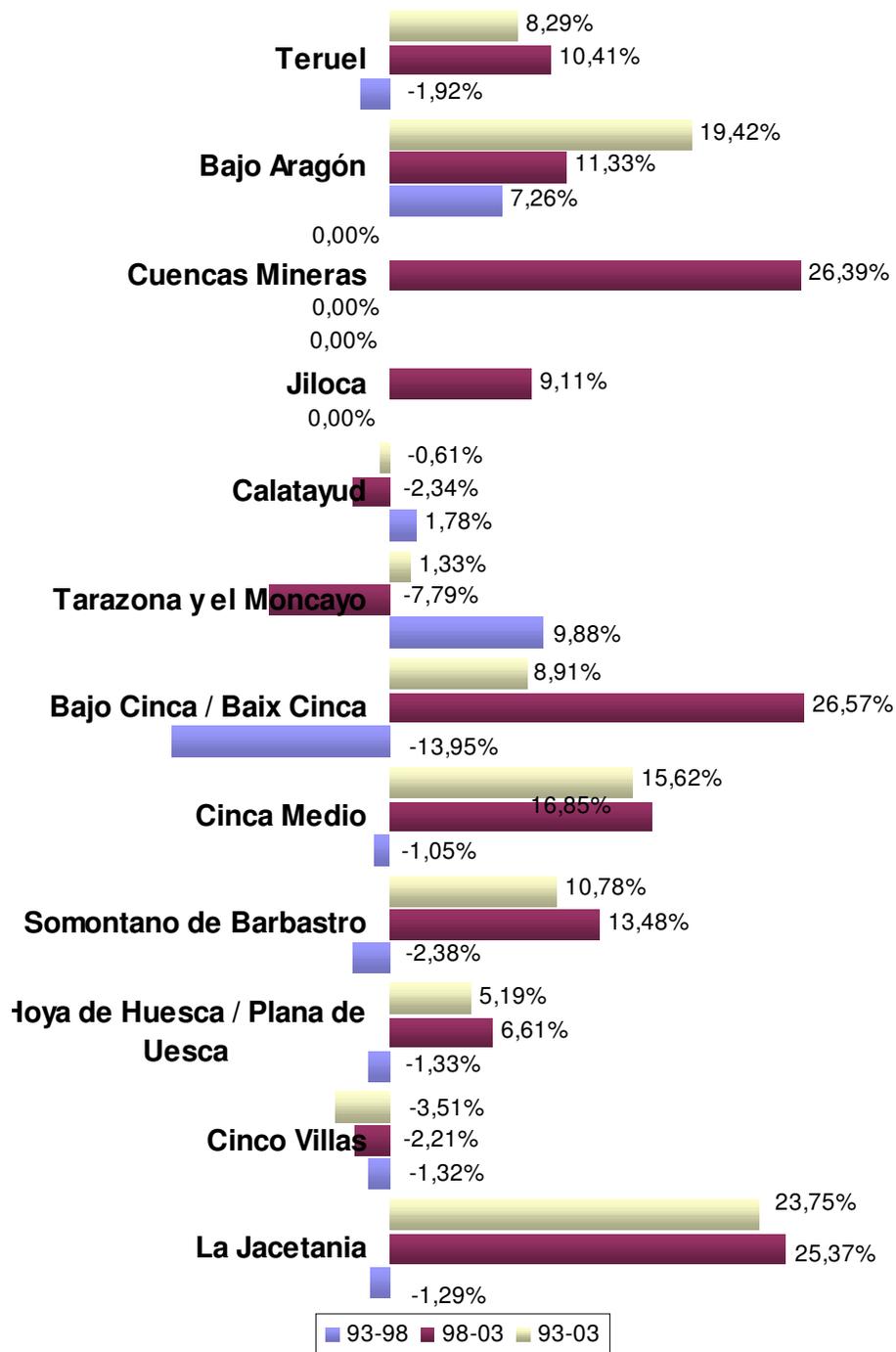
El cuadro adjunto detalla la evolución del índice de dotación comercial respecto a 1993 en aquellos comarcas donde se analizó en el primer estudio.

COMARCA	I. Dotación comercial 1993	I. Dotación comercial 1998	I. Dotación comercial 2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
01 La Jacetania	23,20	22,90	28,71	-1,29%	25,37%	23,75%
05 Cinco Villas	15,10	14,90	14,57	-1,32%	-2,21%	-3,51%
06 Hoya de Huesca / Plana de Uesca	15,00	14,80	15,78	-1,33%	6,61%	5,19%
07 Somontano de Barbastro	21,00	20,50	23,26	-2,38%	13,48%	10,78%
08 Cinca Medio	19,00	18,80	21,97	-1,05%	16,85%	15,62%
11 Bajo Cinca / Baix Cinca	17,20	14,80	18,73	-13,95%	26,57%	8,91%
12 Tarazona y el Moncayo	17,20	18,90	17,43	9,88%	-7,79%	1,33%
20 Calatayud	16,90	17,20	16,80	1,78%	-2,34%	-0,61%
25 Jiloca	-	16,90	18,44	-	9,11%	-
26 Cuencas Mineras	-	15,90	20,10	-	26,39%	-
28 Bajo Aragón	17,90	19,20	21,38	7,26%	11,33%	19,42%
29 Teruel	15,60	15,30	16,89	-1,92%	10,41%	8,29%

Variación porcentual 1998 – 2003 del índice de dotación comercial por comarcas



Variación porcentual 1993 – 2003 del índice de dotación comercial por comarcas



Índice de dotación comercial por distritos de Zaragoza (Municipio)

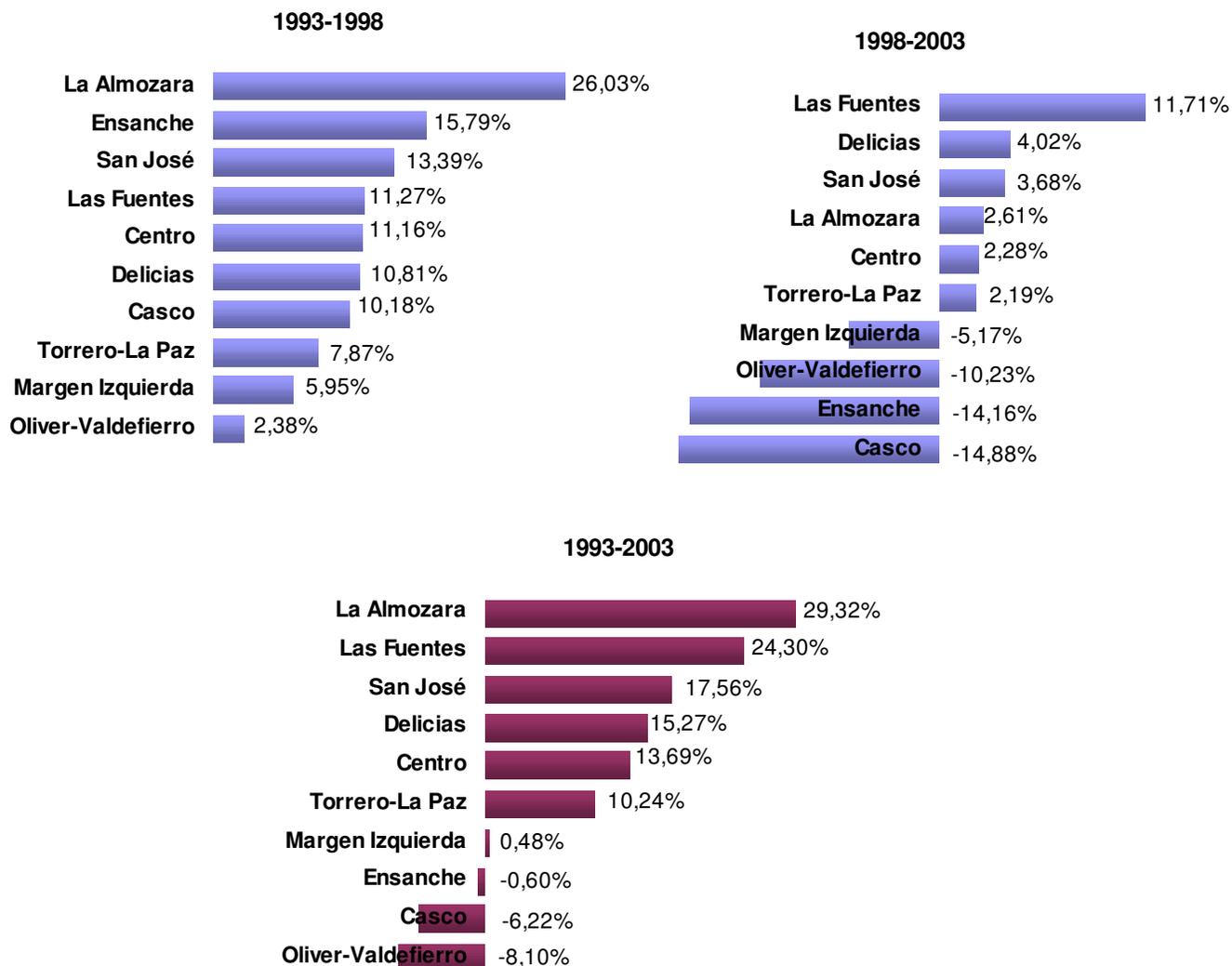
Analizando comparativamente los dos periodos de revisión del P.E.C. durante el periodo 93-98 se produjo un incremento significativo del indicador de dotación comercial en todos los distritos mientras que en el periodo actual 98-03 existen diferencias significativas por distritos.

De este modo, respecto a los últimos cinco años, el análisis del índice de dotación comercial en el municipio de Zaragoza revela que los distritos de Casco y Ensanche como los que más han reducido su índice de dotación comercial así como Oliver-Valdefierro y Margen Izquierda zonas de expansión de la ciudad. El distrito de Las Fuentes es único que se incrementa su proporción de manera significativa en un 11,71%.

Analizando comparativamente los dos periodos de revisión del P.E.C. durante el periodo 93-98 en general se produjo un incremento significativo en todos los distritos.

DISTRITO		Índice de dotación comercial 1993	Índice de dotación comercial 1998	Índice de dotación comercial 2003	(%) 93-98	(%) 98-03	(%) 93-03
1	Casco	27,5	30,3	25,79	10,18%	-14,88%	-6,22%
2	Centro	23,3	25,9	26,49	11,16%	2,28%	13,69%
3	Delicias	14,8	16,4	17,06	10,81%	4,02%	15,27%
4	Ensanche	13,3	15,4	13,22	15,79%	-14,16%	-0,60%
5	San José	12,7	14,4	14,93	13,39%	3,68%	17,56%
6	Las Fuentes	14,2	15,8	17,65	11,27%	11,71%	24,30%
7	La Almozara	7,3	9,2	9,44	26,03%	2,61%	29,32%
8	Oliver-Valdefierro	8,4	8,6	7,72	2,38%	-10,23%	-8,10%
9	Torrero-La Paz	12,7	13,7	14	7,87%	2,19%	10,24%
10	Margen Izquierda	8,4	8,9	8,44	5,95%	-5,17%	0,48%
11	Barrios Rurales Norte	-	--	8,26	-	-	-
12	Barrios Rurales Oeste	-	--	15,54	-	-	-
TOTAL ZARAGOZA		14,5	15,8	15,09	8,97%	-4,49%	4,07%

Variación porcentual 1993 – 2003 del índice de dotación comercial por distritos



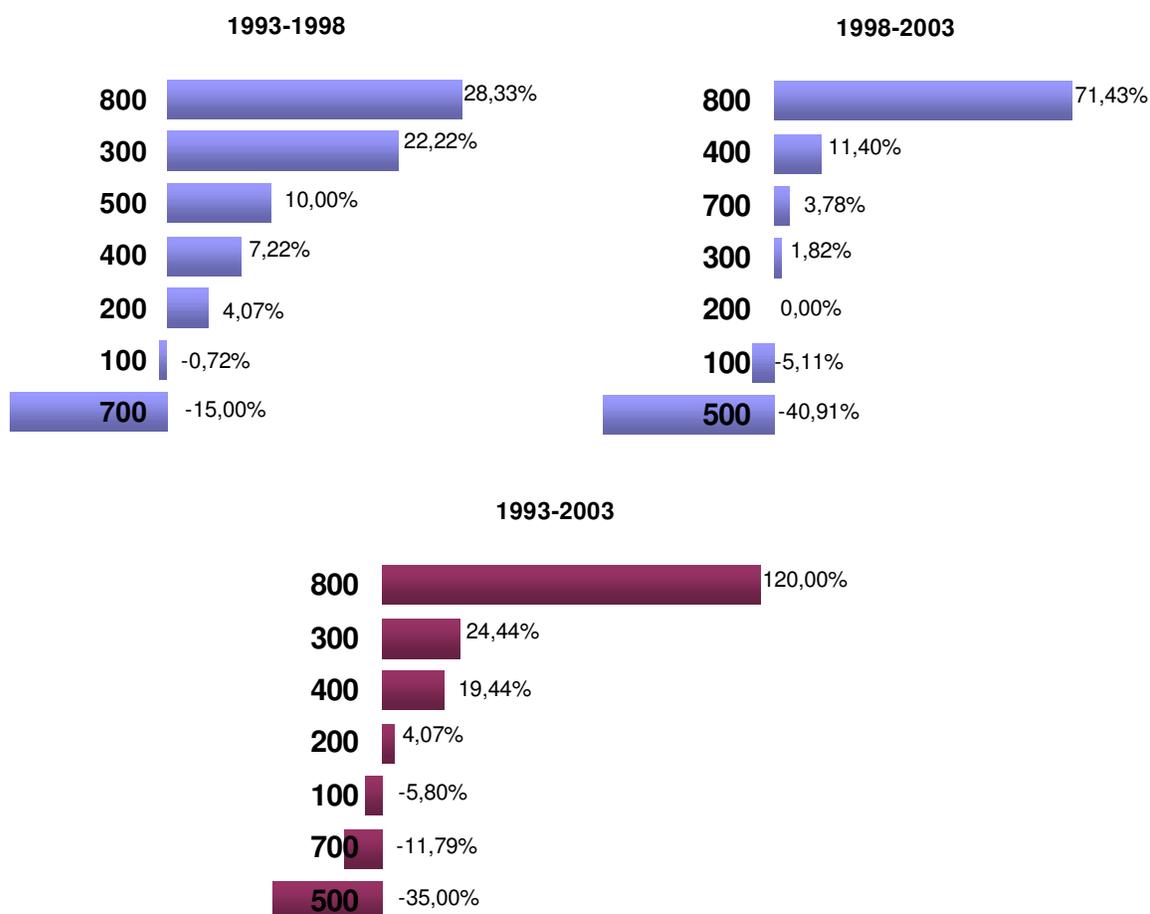
Índice de dotación comercial por grupos de actividad en Aragón

Respecto a la evolución experimentada por el índice de dotación comercial en lo que respecta a grupos de actividad, el principal incremento corresponde al grupo 800 tanto en el periodo 93-98 como el 98-03, si bien el incremento es más significativo en los últimos cinco años. Únicamente el grupo 100 Alimentación, Bebidas y Tabaco se ha reducido significativamente en dicho periodo si bien de manera reducida.

Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

Clave	Descripción	Índice de dotación comercial	Índice de dotación comercial	Índice de dotación comercial	%	%	%
		1993	1998	2003	93-98	98-03	93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	6,9	6,85	6,5	-0,72%	-5,11%	-5,80%
200	Textil, confección, calzado	2,7	2,81	2,81	4,07%	0,00%	4,07%
300	Droguería, perfumería y farmacia	0,9	1,1	1,12	22,22%	1,82%	24,44%
400	Hogar y construcción	1,8	1,93	2,15	7,22%	11,40%	19,44%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	0,2	0,22	0,13	10,00%	-40,91%	-35,00%
700	Otro comercio al por menor	2,8	2,38	2,47	-15,00%	3,78%	-11,79%
800	Comercio mixto por secciones	0,6	0,77	1,32	28,33%	71,43%	120,00%
TOTAL ARAGÓN		16,2	16,1	16,5	-0,62%	2,48%	1,85%

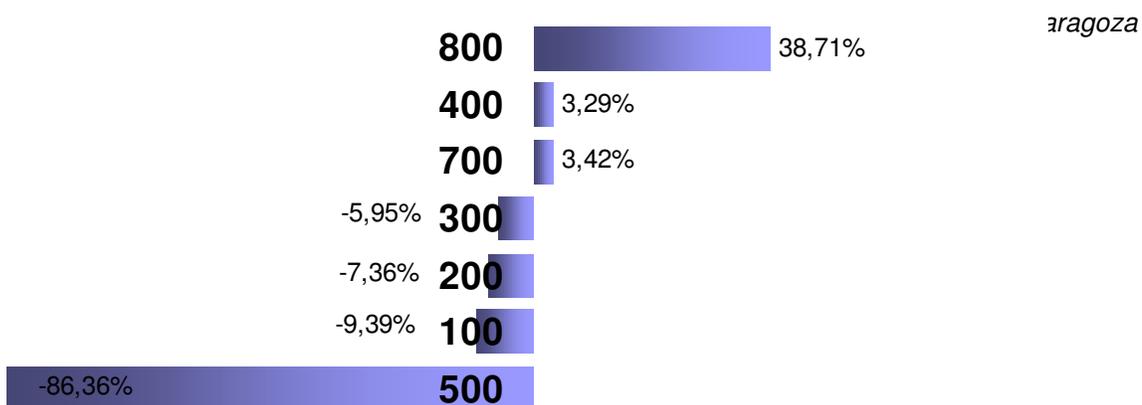
Variación porcentual 1993-2003 del índice de dotación comercial por grupo de actividad en Aragón



Índice de dotación comercial por grupos de actividad en Zaragoza (Municipio)

Si analizamos el índice de dotación comercial por grupos de actividad en el municipio de Zaragoza se aprecia una disminución importante en el grupo 500 Accesorios para vehículos y motocicletas y un aumento considerable en el grupo 800 Comercio mixto por secciones.

Clave	Descripción	Índice de dotación comercial 1998	Índice de dotación comercial 2003	Diferencia	Diferencia %
100	Alimentos, bebidas y tabaco	6,06	5,49	-0,57	-9,39%
200	Textil, confección, calzado	3,25	3,01	-0,24	-7,36%
300	Droguería, perfumería y farmacia	1,12	1,05	-0,07	-5,95%
400	Hogar y construcción	2,03	2,10	0,07	3,29%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	0,52	0,07	-0,45	-86,36%
700	Otro comercio al por menor	2,57	2,66	0,09	3,42%
800	Comercio mixto por secciones	0,52	0,72	0,20	38,71%



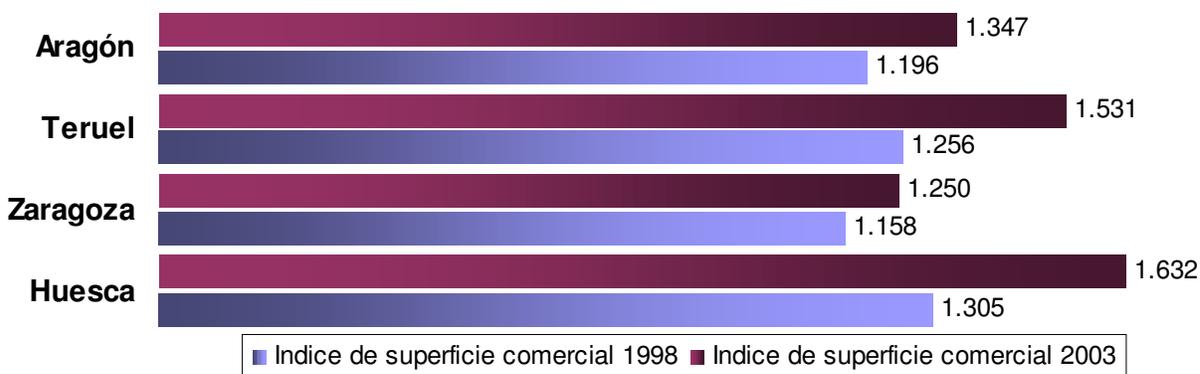
3.2.3.B. Índice de superficie comercial. (m² por cada 1000 habitantes)

Índice de superficie comercial por provincias

La Comunidad Autónoma de Aragón tiene un ratio de 1.347 m² de superficie comercial por cada 1000 habitantes. Zaragoza es la única provincia cuyo índice se encuentra por debajo del correspondiente de Aragón, si bien tanto Zaragoza como la media aragonesa se sitúan por debajo de la media nacional que ronda los 1.400 m²/1.000 habitantes.

Provincia	Índice de superficie comercial 2003	Índice de superficie comercial 1998	Diferencia	Diferencia (%)
Huesca	1.632	1.305	327	25,06%
Zaragoza	1.250	1.158	92	7,92%
Teruel	1.531	1.256	275	21,91%
Aragón	1.347	1.196	151	12,64%
España ²	1.400	-	-	-

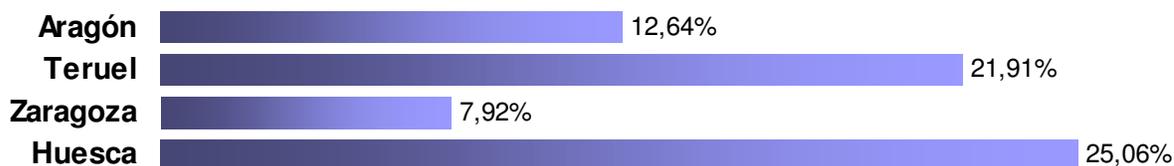
Índice de superficie comercial por de Aragón y sus provincias



Analizando la variación porcentual entre los años 1998 y 2003 de este índice, la mayor variación tiene lugar en la provincia de Huesca, que aumenta en un 25,06%. En cualquier caso, las tres provincias de Aragón han tenido una evolución positiva del índice de superficie comercial.

² Informe “Evolución y actualización de la estructura del comercio minorista en España en 2000” de la Dirección General de Política Comercial del Ministerio de Economía.

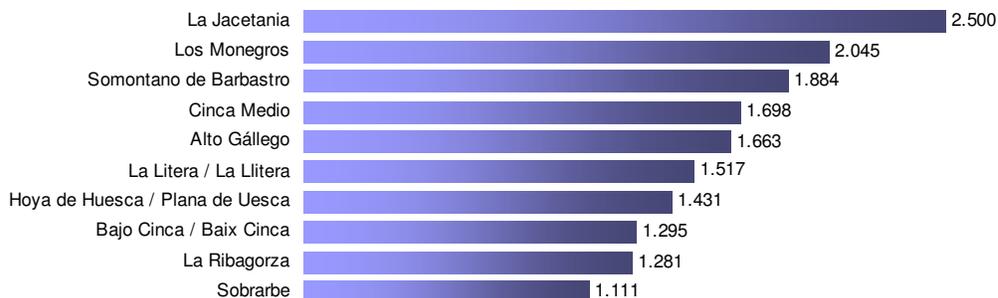
Evolución porcentual 1998-2003 del índice de superficie comercial



Índice de superficie comercial por comarcas

En las comarcas de la **provincia de Huesca** se aprecia una dispersión importante del índice de superficie. De este modo, las comarcas con mayor número de metros cuadrados por cada 1000 habitantes es La Jacetania, con 2500 m² /1000 habitantes mientras por otro lado, Sobrarbe tan sólo alcanza 1.111 metros cuadrados por cada mil habitantes.

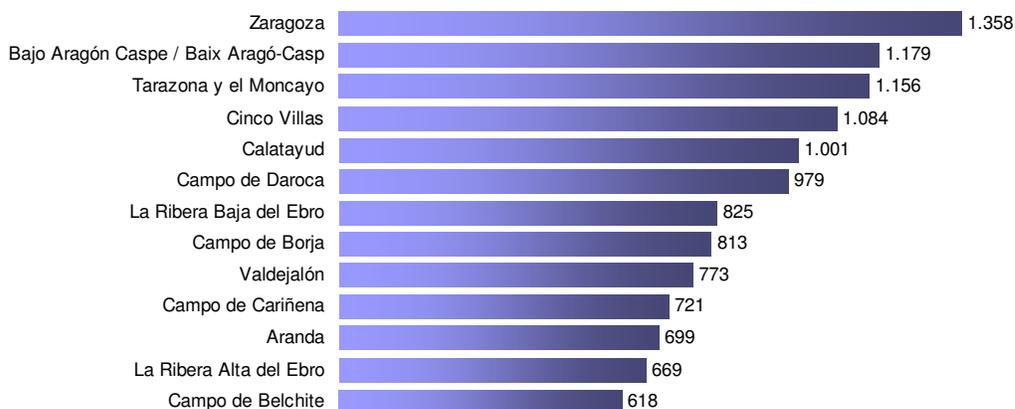
Índice de superficie comercial por comarcas en la provincia de Huesca



En la **provincia de Zaragoza**, la comarca de Zaragoza se sitúa como la de mayor índice, con 1358 m² por cada mil habitantes seguido de Bajo Aragón/Caspe con 1.179 m²/hab. y Tarazona y el Moncayo con 1.1.56 m²/1000 hab. Al igual que ocurriría con otros indicadores señalar que la comarca de la Jacetania tiene la mayoría de sus municipios en la provincia de Huesca y algunos municipios en la provincia de Zaragoza.

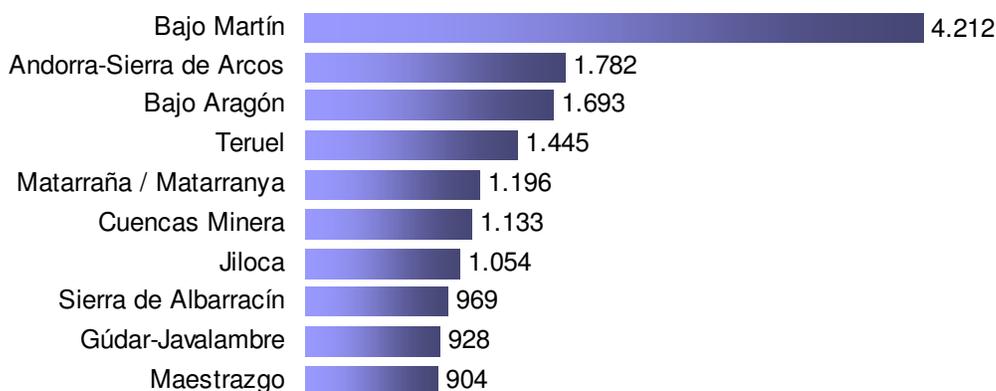
A excepción de dichos municipios, la comarca de Campo de Belchite es la que menor superficie dispone por cada mil habitantes, tan sólo 618 m²/1000 hab seguido de Ribera Alta del Ebro con 669 m²/1.000 hab y Aranda con 699 m²/1.000 hab.

Índice de superficie comercial por comarcas en la provincia de Zaragoza



En la **provincia de Teruel**, la tasa de la comarca de Bajo Martín alcanza el máximo de Aragón. Hay que decir que el Censo incluye en algunas ocasiones, las cooperativas dentro del grupo 300 cooperativas (IAE = 6522: Droguería, perfumería, decoración y productos químicos) por lo que este aspecto afecta especialmente a la comarca señalada y a Monegros. El hecho de que en el Censo existan estos comercios con dicho código IAE hace que se desvirtúe este análisis. La comarca con menor índice es la del Maestrazgo, con 904 m² por cada 1000 habitantes.

Índice de superficie comercial por comarcas en la provincia de Teruel

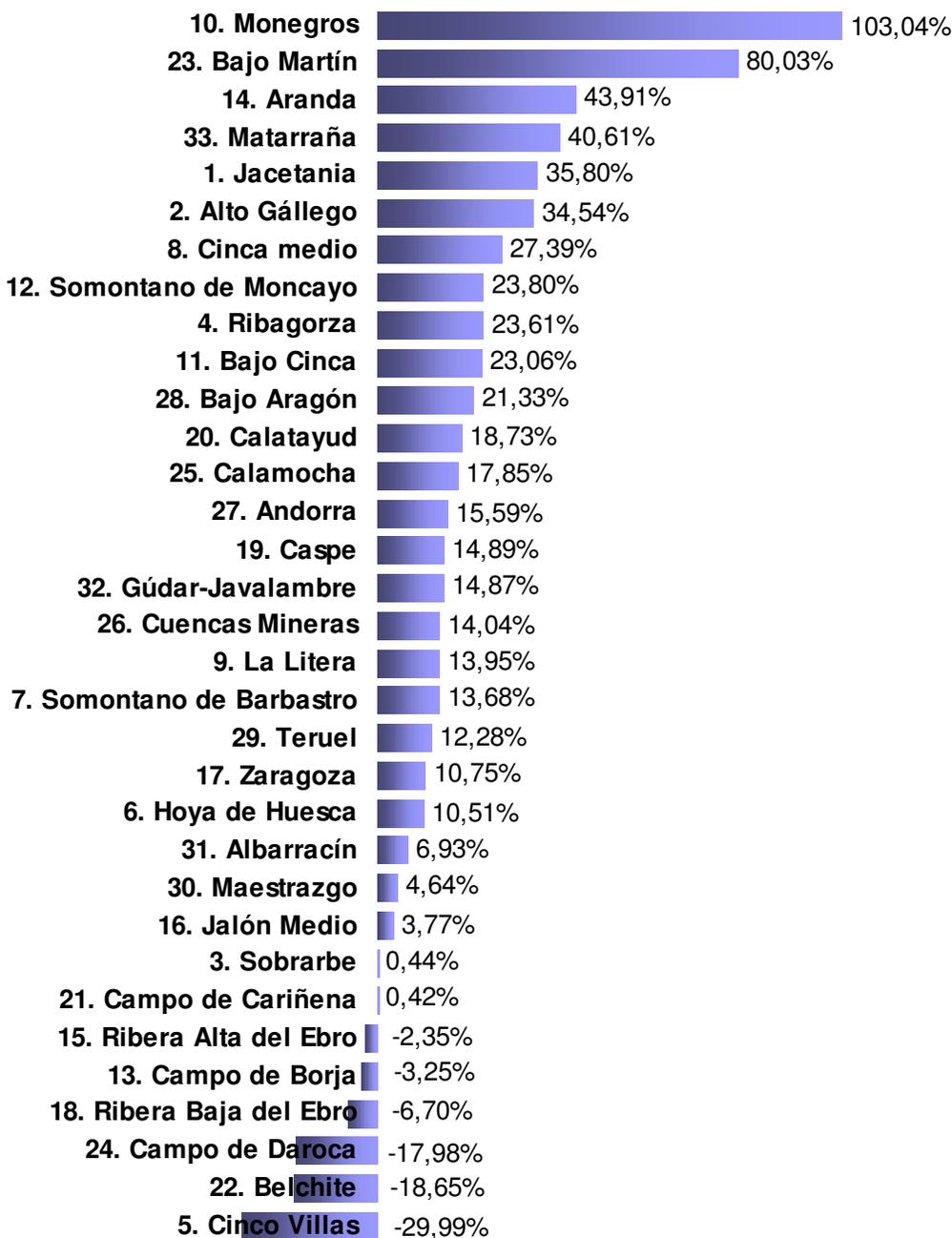


Analizando la situación respecto a 1998, los mayores aumentos se han producido en Monegros (103,04%), Bajo Martín (80,03%), Aranda (43,91%) y Matarraña (40,61%). Tan solo seis comarcas han disminuido su índice de superficie comercial, de entre ellas destaca Cinco Villas con una reducción del 29,99%.

Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

	Índice de superficie comercial 1998	Índice de superficie comercial 2003	Diferencia	Diferencia (%)
1. Jacetania	1.840,7	2.499,76	659,06	35,80%
2. Alto Gállego	1.235,9	1.662,82	426,92	34,54%
3. Sobrarbe	1.106,5	1.111,32	4,82	0,44%
4. Ribagorza	1.036,2	1.280,81	244,61	23,61%
5. Cinco Villas	1.549,0	1.084,39	-464,61	-29,99%
6. Hoya de Huesca	1.294,8	1.430,93	136,13	10,51%
7. Somontano de Barbastro	1.657,5	1.884,30	226,80	13,68%
8. Cinca medio	1.333,0	1.698,10	365,10	27,39%
9. La Litera	1.331,4	1.517,09	185,69	13,95%
10. Monegros	1.007,4	2.045,43	1.038,03	103,04%
11. Bajo Cinca	1.052,5	1.295,24	242,74	23,06%
12. Somontano de Moncayo	934,1	1.156,44	222,34	23,80%
13. Campo de Borja	840,6	813,28	-27,32	-3,25%
14. Aranda	485,5	698,68	213,18	43,91%
15. Ribera Alta del Ebro	684,8	668,68	-16,12	-2,35%
16. Jalón Medio	745,3	773,41	28,11	3,77%
17. Zaragoza	1.226,1	1.357,94	131,84	10,75%
18. Ribera Baja del Ebro	884,0	824,80	-59,20	-6,70%
19. Caspe	1.026,5	1.179,31	152,81	14,89%
20. Calatayud	843,5	1.001,49	157,99	18,73%
21. Campo de Cariñena	717,7	720,69	2,99	0,42%
22. Belchite	759,2	617,62	-141,58	-18,65%
23. Bajo Martín	2.339,8	4.212,24	1.872,44	80,03%
24. Campo de Daroca	1.193,5	978,86	-214,64	-17,98%
25. Calamocha	894,4	1.054,09	159,69	17,85%
26. Cuencas Mineras	993,1	1.132,55	139,45	14,04%
27. Andorra	1.541,7	1.782,00	240,30	15,59%
28. Bajo Aragón	1.395,2	1.692,77	297,57	21,33%
29. Teruel	1.286,9	1.444,97	158,07	12,28%
30. Maestrazgo	864,2	904,32	40,12	4,64%
31. Albarracín	906,5	969,36	62,86	6,93%
32. Gúdar-Javalambre	808,2	928,41	120,21	14,87%
33. Matarraña	850,8	1.196,27	345,47	40,61%

Variación porcentual 1998 – 2003 del índice de superficie comercial por comarcas

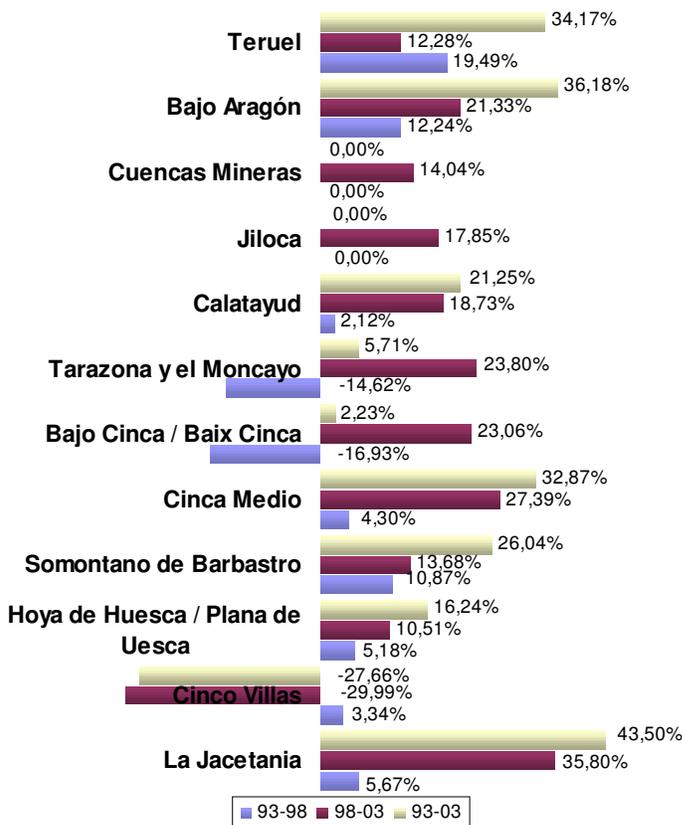


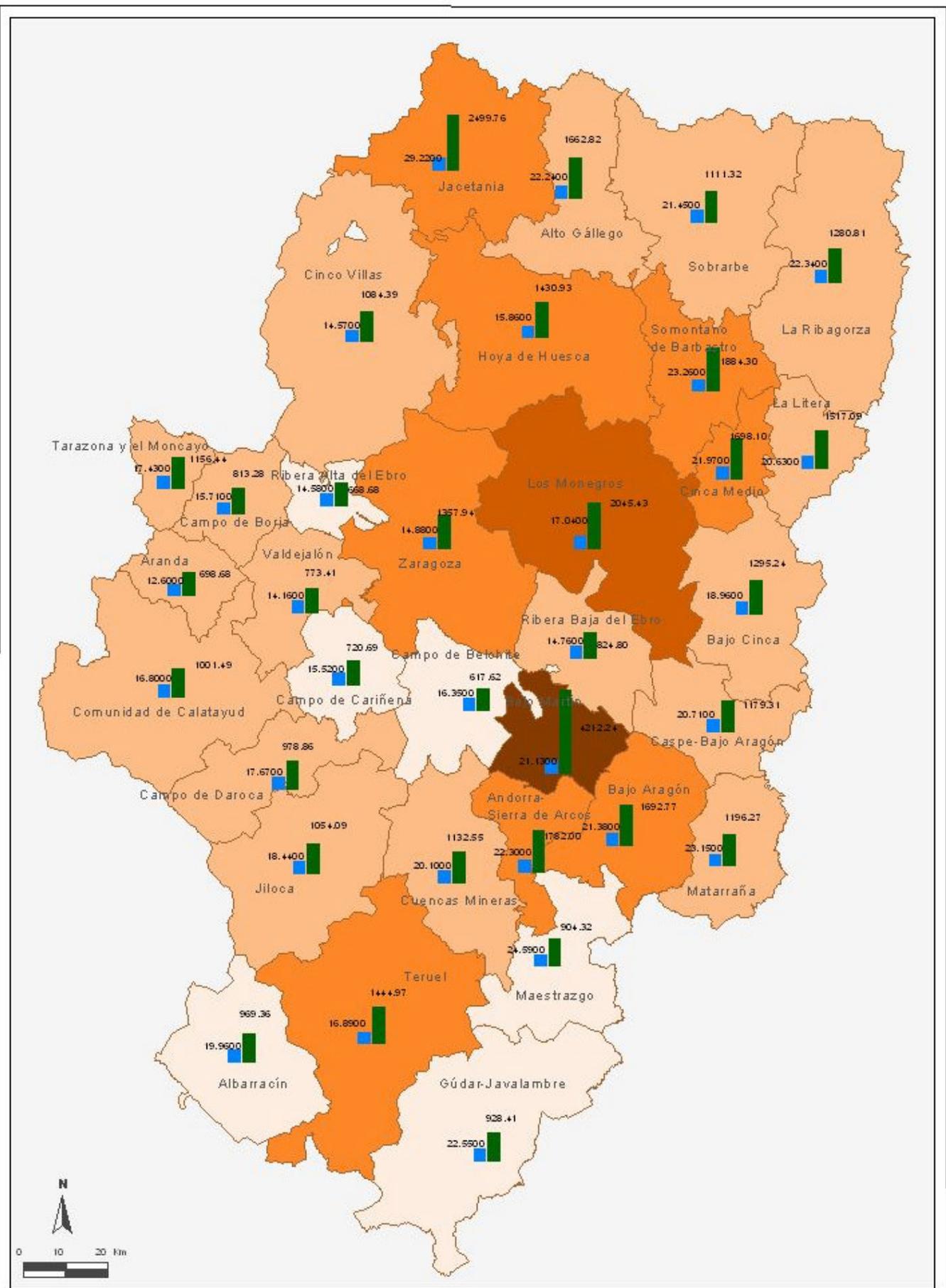
A continuación se analiza la evolución del indicador de superficie comercial desde el año 1993 en aquellas comarcas donde se realizó dicho análisis en el periodo anterior al igual que para el indicador de dotación comercial.

Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

COMARCA	I. Superficie comercial 1993	I. Superficie comercial 1998	I. Superficie comercial 2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03	
01	La Jacetania	1742,00	1840,70	2499,76	5,67%	35,80%	43,50%
05	Cinco Villas	1499,00	1549,00	1084,39	3,34%	-29,99%	-27,66%
06	Hoya de Huesca / Plana de Uesca	1231,00	1294,80	1430,93	5,18%	10,51%	16,24%
07	Somontano de Barbastro	1495,00	1657,50	1884,30	10,87%	13,68%	26,04%
08	Cinca Medio	1278,00	1333,00	1698,10	4,30%	27,39%	32,87%
11	Bajo Cinca / Baix Cinca	1267,00	1052,50	1295,24	-16,93%	23,06%	2,23%
12	Tarazona y el Moncayo	1094,00	934,10	1156,44	-14,62%	23,80%	5,71%
20	Calatayud	826,00	843,50	1001,49	2,12%	18,73%	21,25%
25	Jiloca	-	894,40	1054,09	-	17,85%	-
26	Cuencas Mineras	-	993,10	1132,55	-	14,04%	-
28	Bajo Aragón	1243,00	1395,20	1692,77	12,24%	21,33%	36,18%
29	Teruel	1077,00	1286,90	1444,97	19,49%	12,28%	34,17%

Variación porcentual 1993 – 2003 del índice de superficie comercial por comarcas





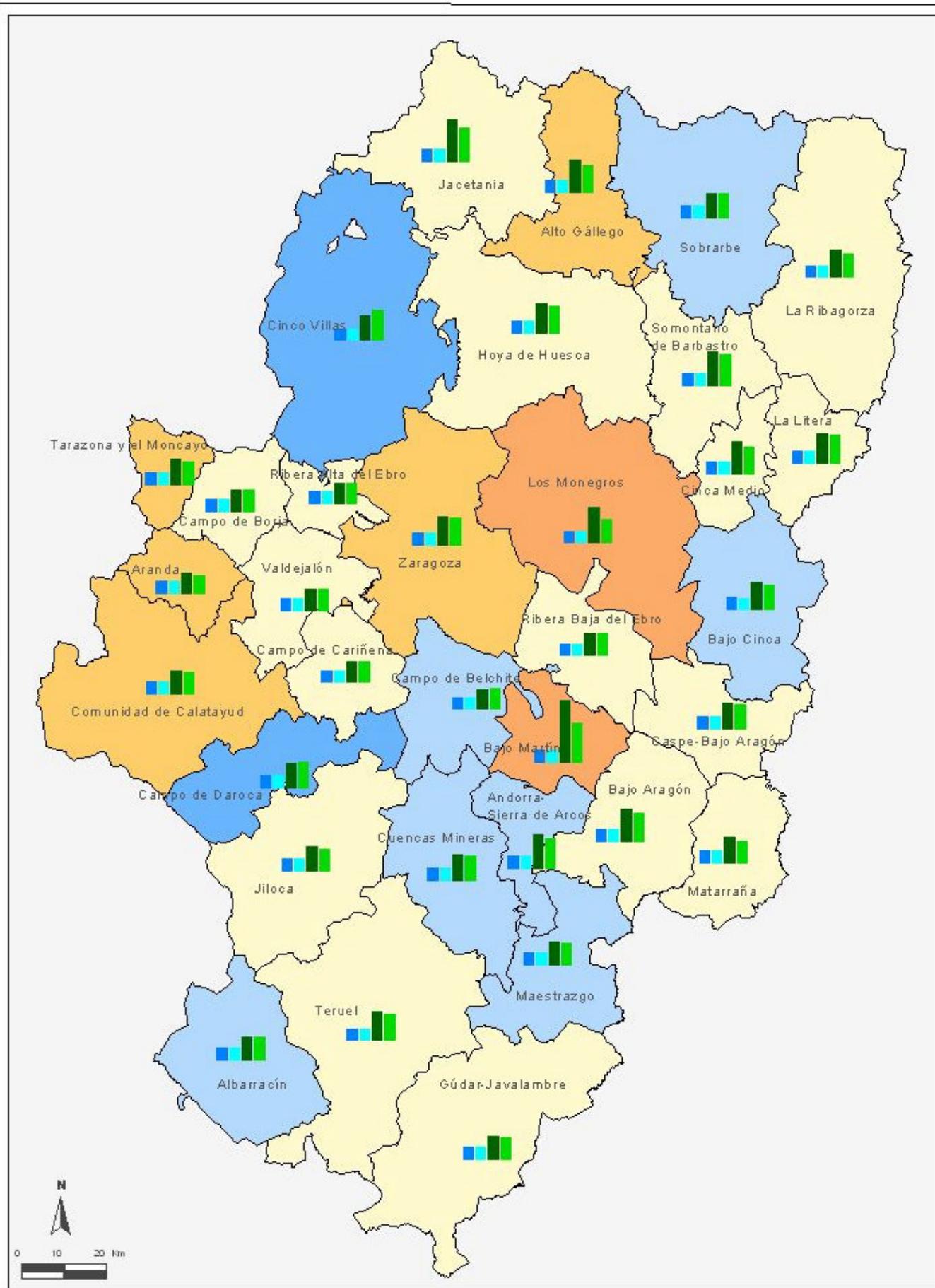
PLAN DE EQUIPAMIENTO
COMERCIAL DE ARAGÓN

Título de Plano:
**RATIOS DE EQUIPAMIENTO
COMERCIAL A NIVEL COMARCAL**

Leyenda:
 Mapa sustrato por escalonamiento:
 De 0 a 50000 habitantes
 De 50 a 75000 habitantes
 De 75 a 100000 habitantes
 De 100 a 200000 habitantes
 Más de 200000 habitantes

Índice de Población Comercial
Índice de Densidad Comercial





PLAN DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARAGÓN

Título de Plano:
COMPARATIVA DE RATIOS DE EQUIPAMIENTO COMERCIAL A NIVEL COMARCAL (1998-2003)

Legenda:

Comparativa con el ratio de equipamiento comercial por habitante en Aragón

- De menos de 20 a 2000 habitantes
- De 2000 a 25000 habitantes
- De 25000 a 50000 habitantes
- De 50000 a 100000 habitantes
- De 100000 a 200000 habitantes
- De más de 200000 habitantes

Indice de Dotación comercial

Indice de Superficie Comercial

Indice de Comercio



Índice de superficie comercial por distritos de Zaragoza (Municipio)

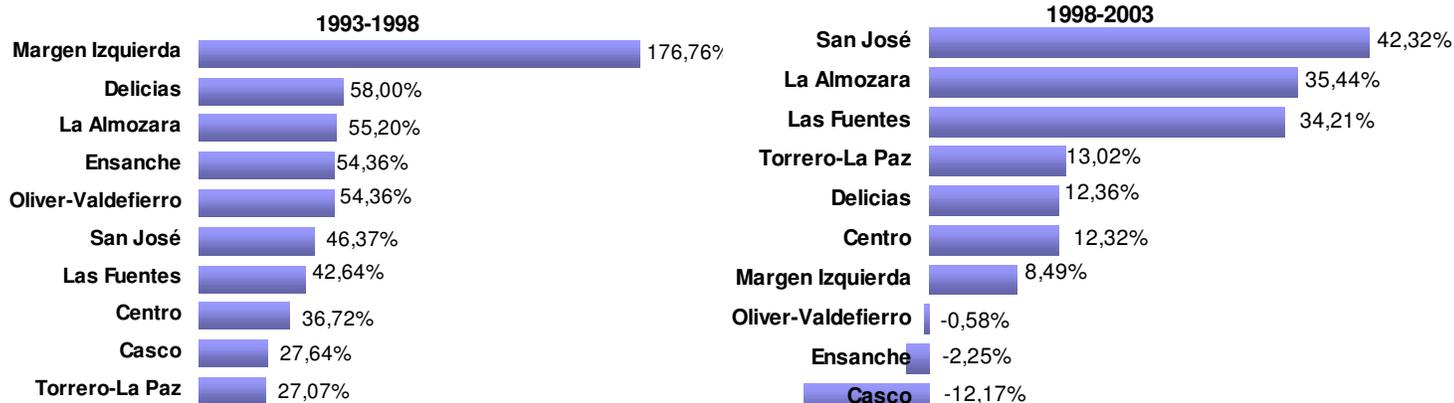
Analizándolo comparativamente respecto a la evolución producida en el periodo 93-98 se observa que el incremento del indicador es inferior. De este modo globalmente el indicador de superficie experimentó un incremento del 52% en el periodo 93-98 mientras que en el 98-03 éste se ha incrementado casi un 10%. Esto es debido a que durante el periodo anterior tuvieron lugar las implantaciones de las principales grandes superficies de la ciudad

La evolución porcentual desde el año 1998 a 2003 del índice de superficie comercial por distritos destacar el crecimiento del distrito de San José, habiendo crecido un 42,32% respecto a 1998, este crecimiento responde entre otros factores a la apertura del Hipermercado “Alcampo” de la Plaza Utrillas.

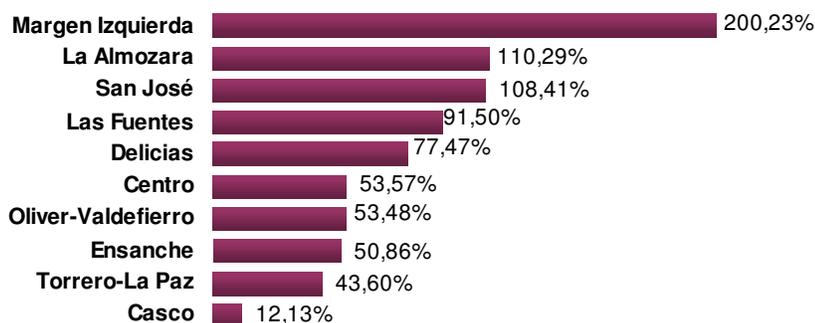
Además del incremento señalado por el distrito de San José, el incremento de superficie comercial destaca especialmente en el caso de La Almozara (35,44% de incremento) y Las Fuentes (34,21%). Por el contrario, el Casco y Ensanche son los distritos que porcentualmente han tenido una mayor reducción del presente indicador en el periodo 98-03.

Distrito		Índice de superficie comercial 1993	Índice de superficie comercial 1998	Índice de superficie comercial 2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
1	Casco	1.456	1.859	1.633	27,64%	-12,17%	12,13%
2	Centro	1.989	2.719	3.054	36,72%	12,32%	53,57%
3	Delicias	827	1.306	1.467	58,00%	12,36%	77,47%
4	Ensanche	601	928	907	54,36%	-2,25%	50,86%
5	San José	566	828	1.179	46,37%	42,32%	108,41%
6	Las Fuentes	534	762	1.023	42,64%	34,21%	91,50%
7	La Almozara	329	510	691	55,20%	35,44%	110,29%
8	Oliver-Valdefierro	800	1.235	1.228	54,36%	-0,58%	53,48%
9	Torrero-La Paz	460	584	660	27,07%	13,02%	43,60%
10	Margen Izquierda	388	1.073	1.164	176,76%	8,49%	200,23%
11	Barrios Rurales Norte	--	-	586	-	-	-
12	Barrios Rurales Oeste	--	-	2.314	-	-	-
Zaragoza (Municipio)		808	1.227	1.353	52%	9,89%	67,53%

Evolución porcentual 1993-2003 del índice de superficie comercial por distritos de Zaragoza



1993-2003



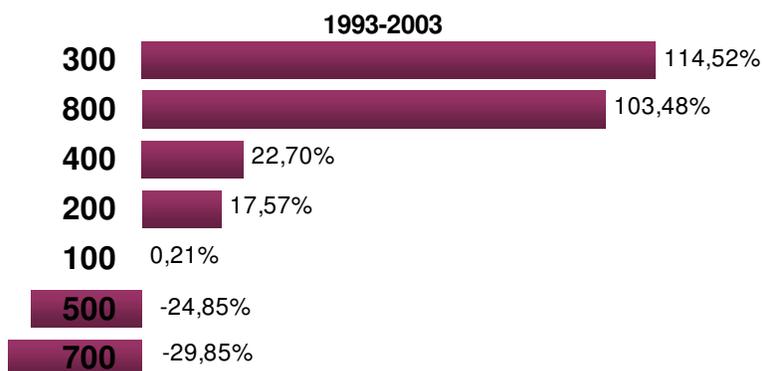
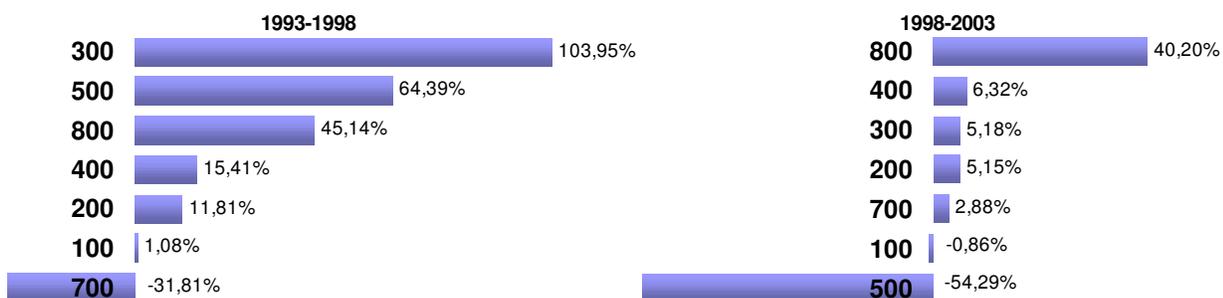
Índice de superficie comercial por grupos de actividad en Aragón

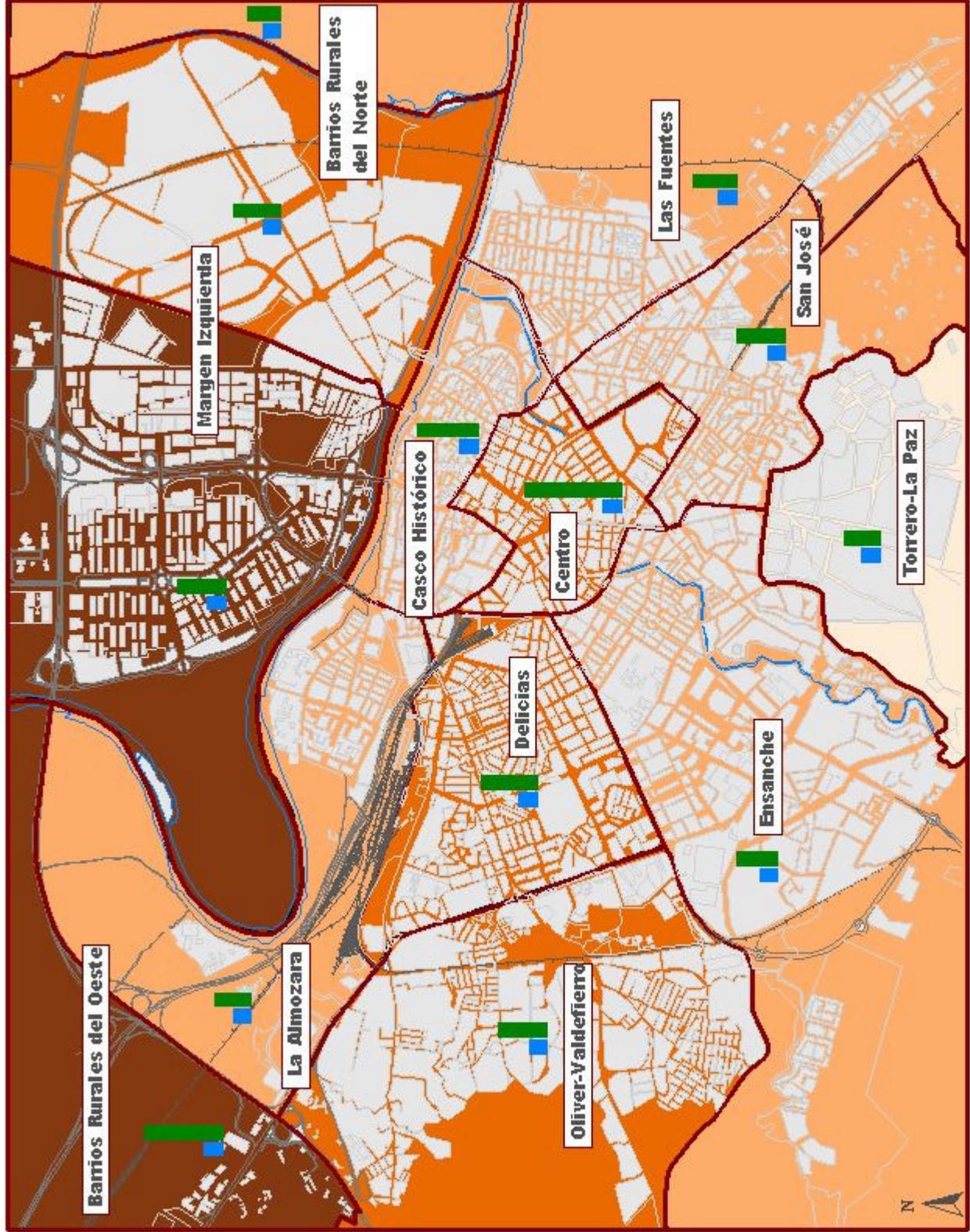
Respecto a los grupos de actividad, si se analizan comparativamente los dos periodos 93-98 y 98-03 destaca en ambos periodos el incremento del grupo 800 y del grupo correspondiente a droguería y perfumería de manera especial en el primer periodo. Asimismo en los últimos cinco años se observa una clara disminución respecto del año 1998 del grupo 500 mientras que en el periodo anterior la principal disminución del ratio correspondía al grupo 700 de otro comercio al por menor.

Clave	Descripción	Índice de superficie comercial 1993	Índice de superficie comercial 1998	Índice de superficie comercial 2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	194	196,10	194,41	1,08%	-0,86%	0,21%
200	Textil, confección, calzado	149	166,60	175,18	11,81%	5,15%	17,57%

Clave	Descripción	Índice de superficie comercial 1993	Índice de superficie comercial 1998	Índice de superficie comercial 2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
300	Droguería, perfumería y farmacia	39	79,54	83,66	103,95%	5,18%	114,52%
400	Hogar y construcción	261	301,23	320,26	15,41%	6,32%	22,70%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	33	54,25	24,80	64,39%	-54,29%	-24,85%
700	Otro comercio al por menor	208	141,84	145,92	-31,81%	2,88%	-29,85%
800	Comercio mixto por secciones	198	287,38	402,89	45,14%	40,20%	103,48%
TOTAL ARAGÓN		1.082,00	1.227,00	1.347,12	13,4%	9,8%	24,5%

Evolución porcentual 1993-2003 el índice de superficie comercial por grupos de actividad en Aragón.





Título de Plano:

**PLAN DE EQUIPAMIENTO
COMERCIAL DE ARAGÓN**

**PRINCIPALES RATIOS COMERCIALES
PARA LOS BARRIOS DE ZARAGOZA**

Legenda:

Metros cubiertos por el abastecimiento:

- De 0 a 50 metros: [Lightest Orange]
- De 50 a 75 metros: [Light Orange]
- De 75 a 100 metros: [Medium Orange]
- De 100 a 125 metros: [Dark Orange]
- Mayor de 125 metros: [Darkest Orange]

Indice de Dotación Comercial:

- Indice de Dotación Comercial: [Green bar]
- Indice de Sape más Comercial: [Blue bar]

Índice de superficie comercial por grupos de actividad en Zaragoza (Municipio)

El índice de superficie comercial en Zaragoza ha aumentado prácticamente un 10% desde 1998. Por grupos de actividad comercial cabe destacar el aumento que se ha producido en el comercio mixto por secciones con un 26,49% y la disminución de un 10% del comercio de accesorios para vehículos y motocicletas.

Clave	Descripción	Índice de superficie comercial 1998	Índice de superficie comercial 2003	Diferencia	Diferencia (%)
100	Alimentos, bebidas y tabaco	139,52	146,07	6,55	4,70%
200	Textil, confección, calzado	227,18	215,23	-11,95	-5,26%
300	Droguería, perfumería y farmacia	52,14	55,27	3,13	6,00%
400	Hogar y construcción	280,56	297,75	17,19	6,13%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	19,1	17,18	-1,92	-10,04%
700	Otro comercio al por menor	141,84	153,57	11,73	8,27%
800	Comercio mixto por secciones	366,1	463,08	96,98	26,49%

Evolución porcentual 1998-2003 del índice de superficie por grupos de actividad en Zaragoza



3.2.3.C. Tamaño medio de establecimientos. (m² de superficie de venta / número de establecimientos)

Como complemento a los indicadores de dotación comercial y superficie comercial obtenidos se ha obtenido la distribución de tamaños medios por grupo de actividad en el caso de Aragón y por distrito de modo específico dentro del municipio de Zaragoza.

Tamaño medio del comercio en Aragón

Elaborando un ratio global que incluya toda la Comunidad Autónoma de Aragón, el tamaño medio del comercio se sitúa en 81,67 m² en 2003, mientras que en 1998 dicho ratio se situaba en 74,5 m². La variación supone un aumento del tamaño medio del 9,62%.

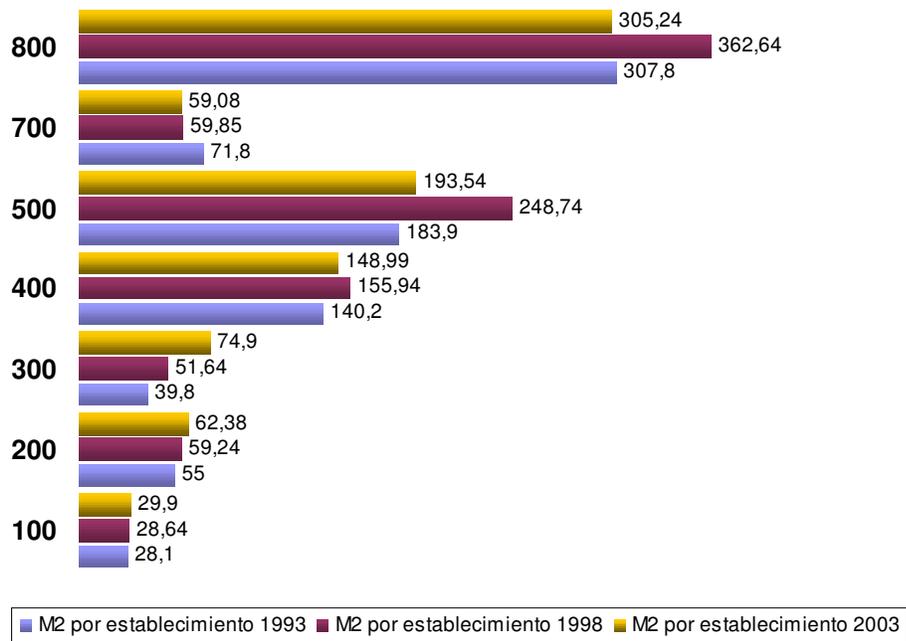
Comparativamente con España, dicho tamaño se sitúa por debajo de la media nacional que es de 92,7 m²/ establecimiento según el informe "Evolución y actualización de la estructura del comercio minorista en España de 2000".

Clave	Descripción	M2/est. 1993	M2/est. 1998	M2/est. 2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	28,1	28,64	29,9	1,92%	4,40%	6,41%
200	Textil, confección, calzado	55	59,24	62,38	7,71%	5,30%	13,42%
300	Droguería, perfumería y farmacia	39,8	51,64	74,9	29,75%	45,04%	88,19%
400	Hogar y construcción	140,2	155,94	148,99	11,23%	-4,46%	6,27%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	183,9	248,74	193,54	35,26%	-22,19%	5,24%
700	Otro comercio al por menor	71,8	59,85	59,08	-16,64%	-1,29%	-17,72%
800	Comercio mixto por secciones	307,8	362,64	305,24	17,82%	-15,83%	-0,83%
810	Autoservicios (40 a 120 m ²)	85	81,88	87,97	-3,67%	7,44%	3,49%
820	Superservicios (121 a 400 m ²)	221,4	228,6	246,39	3,25%	7,78%	11,29%
830	Supermercados (>400 m ²)	599,2	615,88	712,06	2,78%	15,62%	18,84%
840	Hipermercados	10.918,50	7.723,50	5.563,89	-29,26%	-27,96%	-49,04%
850	Grandes Almacenes	10.409,80	21.727,50	5.051,80	108,72%	-76,75%	-51,47%
860	Almacenes Populares	1146,2	878,38	730,86	-23,37%	-16,79%	-36,24%
870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo	363	112,35	124,25	-69,05%	10,59%	-65,77%
880	Otro comercio mixto	179	103,54	99,44	-42,16%	-3,96%	-44,45%
TOTAL	ARAGÓN	66,00	74,52	81,67	12,91%	9,59%	23,74%

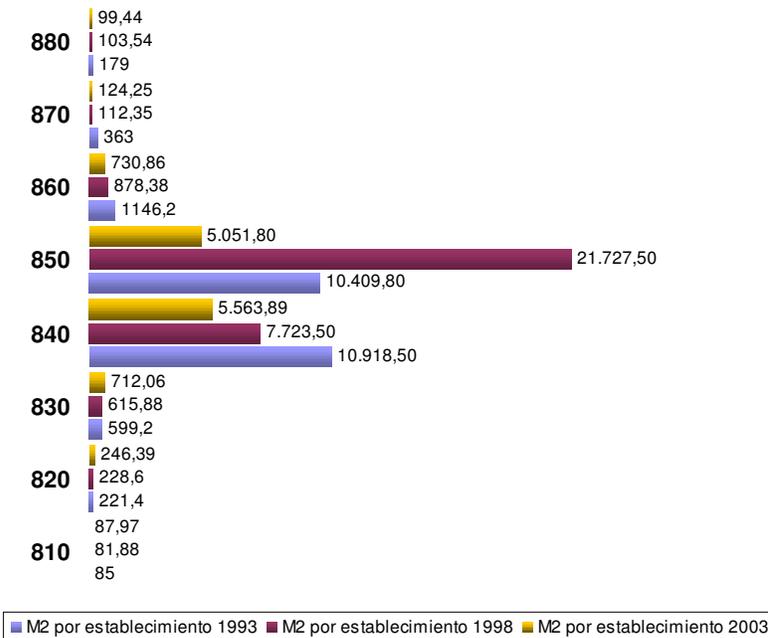
Gráficamente, se puede observar un descenso bastante acusado del tamaño medio de los establecimientos correspondientes al grupo 800 (Comercio mixto por secciones); pasando de los 360 m² en 1998 hasta los 305 m² del establecimiento medio en 2003. Tratando más detalladamente esta variación, en el siguiente gráfico se observa como dicha variación es

acusada en el subgrupo de Grandes Almacenes, cuyo establecimiento medio pasa de 21.727 m² hasta los 5.051 m².

Tamaño medio (m²) del establecimiento aragonés por grupo de actividad

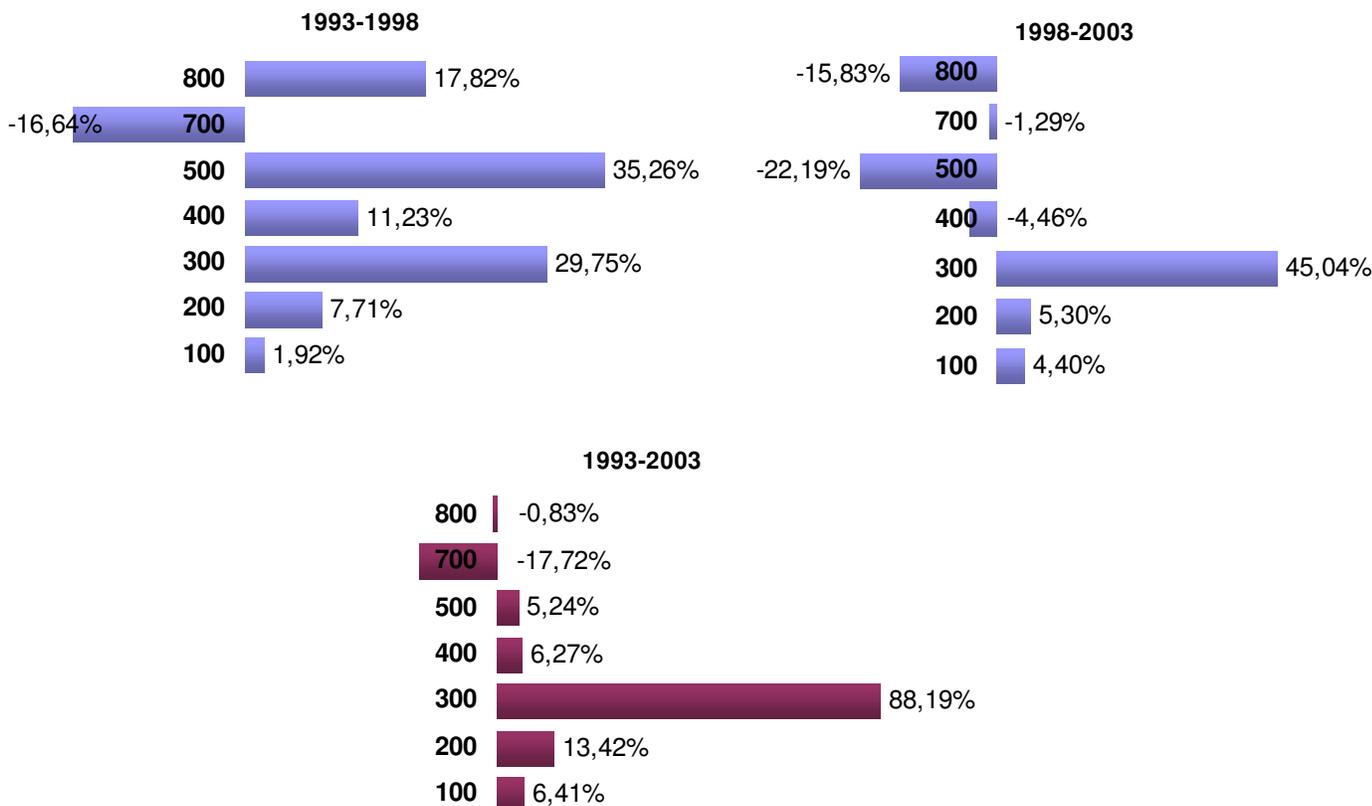


Tamaño medio (m²) del establecimiento aragonés de los subgrupos del grupo 800



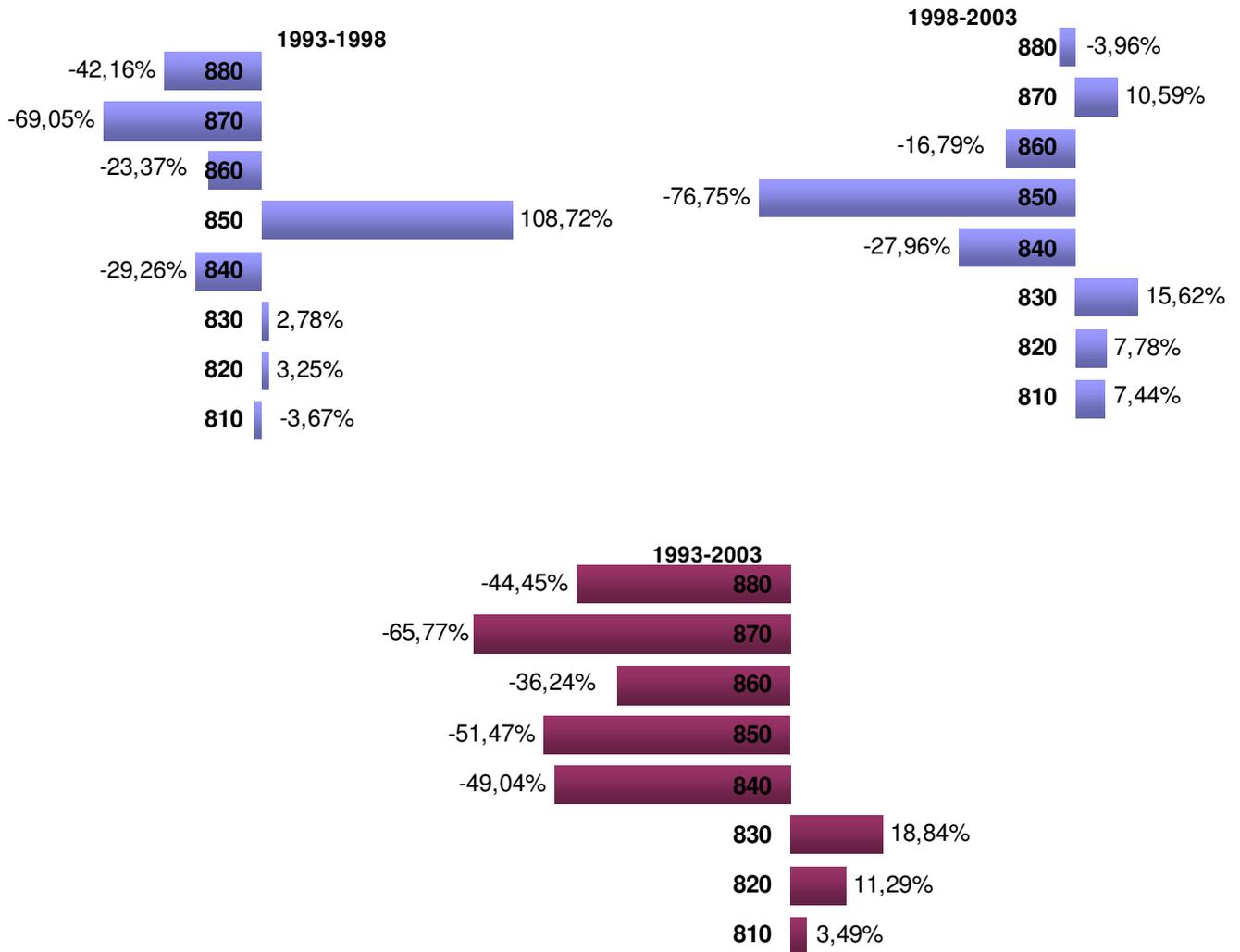
Calculando la variación porcentual de cada grupo en función del tamaño medio existente en 1998, se puede observar como el grupo 300 (Droguería, perfumería y farmacia) es el grupo que más ha aumentado su tamaño medio, con un 45% de incremento siguiendo una tendencia similar al periodo 93-98 donde había crecido casi un 30%..

Variación porcentual 1998 – 2003 del tamaño medio del establecimiento aragonés por grupo



Desagregando el grupo relativo a Comercio mixto o integrado y la evolución seguida por el tipo de establecimientos incluidos dentro del mismo en el periodo 93-03 se observan variaciones significativas dependiente los dos periodo 93-98 y 98-03. Así durante el periodo 93-98 el principal incremento se produce en el tamaño medio de los grandes almacenes mientras que la reducción más significativa se da en este mismo tipo de establecimientos en el periodo 98-03 con un decrecimiento del 76,75%. Por otro lado, el subgrupo que más incrementa la superficie media en los últimos cinco años es el 830 (Supermercados de más de 400 m²)

Variación porcentual 1998 – 2003 del tamaño medio del establecimiento aragonés por subgrupo 800

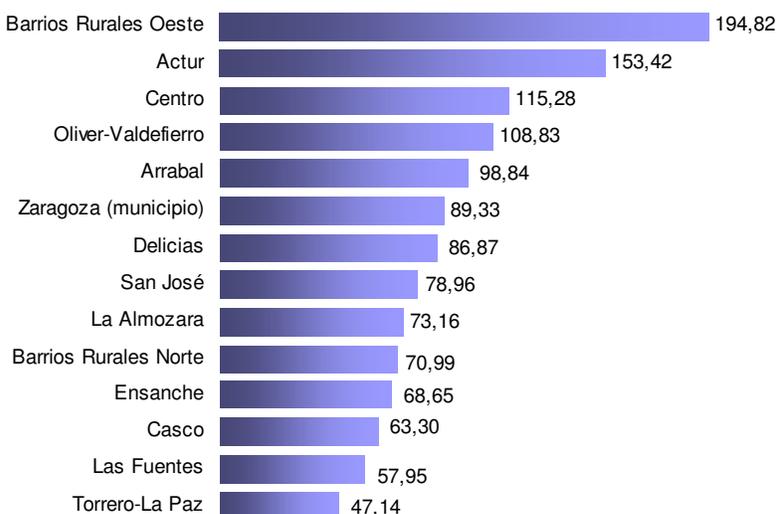


Tamaño medio del comercio en Zaragoza (Municipio)

Analizando el mismo ratio (superficie media de establecimiento) para los comercios del municipio de Zaragoza, se observa que el mayor ratio corresponde al distrito de Barrios rurales del Oeste con una superficie media de 194,82 m² por establecimiento. Le sigue el distrito Actur, con una superficie media de establecimiento de 153,42 m².

DISTRITO		M2/Establecimiento 1998	M2/Establecimiento 2003	% 1998-2003
1	Casco	61,4	63,3	3,09%
2	Centro	105	115,28	9,79%
3	Delicias	79,6	86,87	9,13%
4	Ensanche	60,4	68,65	13,66%
5	San José	57,6	78,96	37,08%
6	Las Fuentes	48,4	57,95	19,73%
7	La Almozara	55,6	73,16	31,58%
8	Oliver-Valdefierro	143,8	108,83	-24,32%
9	Torrero-La Paz	42,6	47,14	10,66%
10	Margen Izquierda	120,6	137,87	14,32%
10A	Actur	--	153,42	--
10B	Arrabal	--	98,84	--
11	Barrios Rurales Norte	--	70,99	--
12	Barrios Rurales Oeste	--	194,82	--
TOTAL ZARAGOZA		77,5	89,33	15,26%

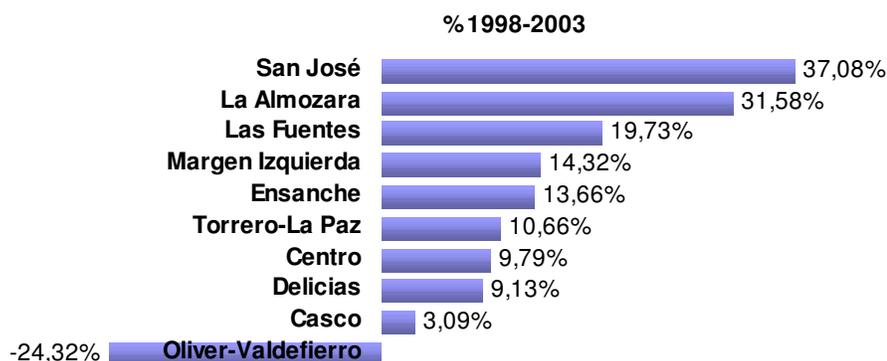
Tamaño medio (m²) de establecimiento en el municipio de Zaragoza por distritos en 2003



Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

Comparando dicho ratio por distritos respecto al ratio obtenido en 1998 se observa que el mayor incremento del tamaño medio de los establecimientos se ha producido en San José, con un 37% y La Almozara, con un 31,5%. Por el contrario el distrito que ha experimentado en mayor medida una reducción del tamaño medio de sus establecimientos corresponde a Oliver-Valdefierro con una reducción del 24,32%.

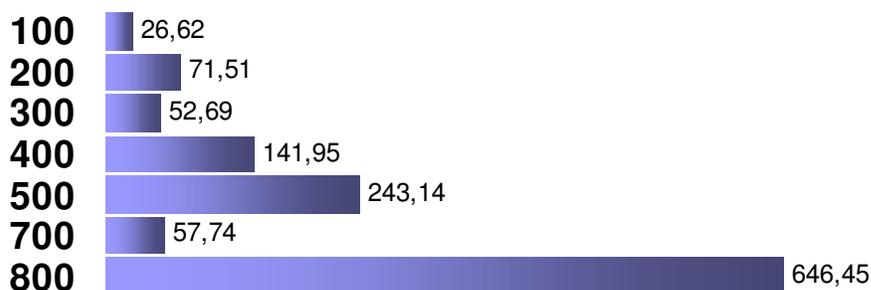
Variación del tamaño medio (m²) de establecimiento en el municipio de Zaragoza por distritos en 1998-2003



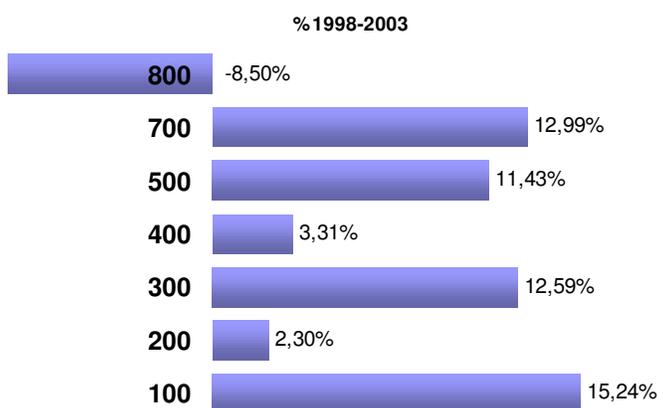
Realizando el mismo análisis de Aragón por grupos de actividad, el grupo correspondiente al comercio mixto por secciones es el que tiene un mayor tamaño medio mientras que los de menor tamaño están agrupados bajo el grupo de alimentación y de droguería y perfumería.

Clave	Descripción	Superficie (m ²) por establecimiento 1998	Superficie (m ²) por establecimiento 2003	%
100	Alimentos, bebidas y tabaco	23,1	26,62	15,24%
200	Textil, confección, calzado	69,9	71,51	2,30%
300	Droguería, perfumería y farmacia	46,8	52,69	12,59%
400	Hogar y construcción	137,4	141,95	3,31%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	218,2	243,14	11,43%
700	Otro comercio al por menor	51,1	57,74	12,99%
800	Comercio mixto por secciones	706,5	646,45	-8,50%
TOTAL ZARAGOZA		77,5	89,33	15,26%

Tamaño medio (m²) del establecimiento del municipio de Zaragoza por código de actividad en 2003



Variación tamaño medio (m²) del establecimiento del municipio de Zaragoza por código de actividad en 1998-2003



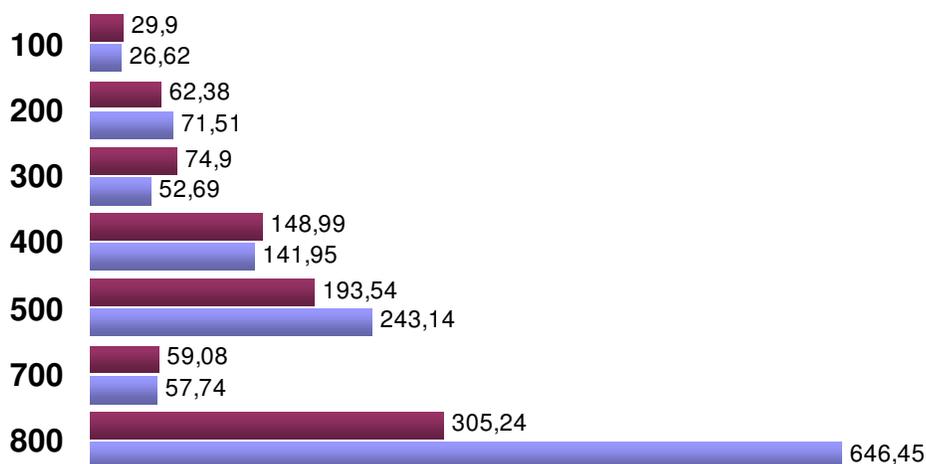
Comparativa tamaño medio del comercio en Zaragoza -Aragón

Analizando comparativamente el tamaño medio del comercio en Aragón se observa que el comercio mixto por secciones es el que tiene el mayor número de metros cuadrados por establecimiento, duplicando su tamaño medio respecto a Aragón. Sin embargo, el resto de los grupos de actividad tienen cantidades similares como se observa en los cuadros adjuntos.

Grupo	Zaragoza	Aragón	% diferencial
800 Comercio mixto por secciones	646,45	305,24	111,78%
700 Otro comercio al por menor	57,74	59,08	2,27%
500 Accesorios para vehículos y motocicletas	243,14	193,54	25,63%

	Grupo	Zaragoza	Aragón	% diferencial
400	Hogar y construcción	141,95	148,99	4,73%
300	Droguería, perfumería y farmacia	52,69	74,9	29,65%
200	Textil, confección, calzado	71,51	62,38	14,64%
100	Alimentos, bebidas y tabaco	26,62	29,9	10,97%
	Municipio Zaragoza	89,33	81,67	9,38%

Comparativa tamaño medio de establecimiento por grupo de actividad Aragón-Zaragoza en 2003.



Comparativa diferencial tamaño medio de establecimiento por grupo de actividad Aragón-Zaragoza en 2003.

