

#### 4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA EN EL ÁREA DE INFLUENCIA DE ARAGÓN

Para conocer la influencia que tiene Aragón sobre otras Comunidades Autónomas a nivel comercial, se ha realizado una encuesta en el área de influencia de la Comunidad Autónoma en las provincias limítrofes. El principal objetivo es el de analizar los hábitos de los consumidores de dichas provincias con respecto a sus compras en municipios de Aragón. Con los resultados de este estudio se pretende establecer los posibles gastos atraídos por los municipios, así como los hábitos de los consumidores que acuden a realizar compras a Aragón.

##### 4.4.1. Metodología

El cuestionario se ha llevado a cabo para los seis tipos de productos considerados en la encuesta hecha en Aragón y para los mismos tipos de establecimientos.

El número de encuestas realizadas ha sido de 500, distribuidas de la manera siguiente entre municipios próximos a Aragón en su mayoría superiores a 10.000 habitantes:

Municipio	Entrevistas	%
Guadalajara (GU)	25	5,0
Sigüenza (GU)	25	5,0
Soria (SO)	25	5,0
Ágreda (SO)	25	5,0
Olvega (SO)	25	5,0
Logroño (RIOJA)	25	5,0
Arnedo (RIOJA)	25	5,0
Calahorra (RIOJA)	25	5,0
Pamplona (NA)	20	4,0
Tafalla (NA)	20	4,0
Tudela (NA)	20	4,0
Estella (NA)	20	4,0
Cuenca (CU)	50	10,0
Castellón (CS)	50	10,0
Lleida (LLEIDA)	50	10,0
Balaguer (LLEIDA)	20	4,0
Tortosa (TARRAGONA)	50	10,0
<b>TOTAL</b>	<b>500</b>	<b>100,0</b>

La encuesta realizada, así como los resultados obtenidos detallados se muestran en el anexo II. 5 del presente informe.

#### 4.4.2. Hábitos de compra

En la tabla siguiente se muestra el resultado de la pregunta 1 en la que se intenta diferenciar a aquellos consumidores que acuden regularmente a Aragón a adquirir algún tipo de producto, del resto. Los resultados se muestran agrupados por los diferentes tipos de respuestas y por municipios:

Municipio	¿Compra en Aragón? (%)					
	<i>Si, con hábito</i>	<i>No</i>	<i>No actualmente, pero Antes Sí</i>	<i>No con hábito, pero Si de forma Ocasional</i>	<i>No, se Trasladan a Aragón pero No Compran</i>	<i>No, únicamente compran Souvenir o Productos Típicos</i>
Guadalajara (GU)	8,0%	60,0%	8,0%		12,0%	12,0%
Sigüenza (GU)	28,0%	28,0%	8,0%	32,0%		4,0%
Soria (SO)	40,0%	24,0%	12,0%	20,0%	4,0%	
Ágreda (SO)	84,0%		8,0%		8,0%	
Olvega (SO)	92,0%		4,0%		4,0%	
Logroño (RIOJA)	16,0%	48,0%	8,0%	8,0%	16,0%	4,0%
Arnedo (RIOJA)	24,0%	32,0%	4,0%	16,0%	24,0%	
Calahorra (RIOJA)	44,0%	16,0%	16,0%	16,0%	4,0%	4,0%
Pamplona (NA)	20,0%	30,0%	20,0%	15,0%	10,0%	5,0%
Tafalla (NA)	30,0%	35,0%	20,0%		15,0%	
Tudela (NA)	50,0%	10,0%	20,0%	20,0%		
Estella (NA)	5,0%	40,0%	20,0%	5,0%	10,0%	20,0%
Cuenca (CU)	2,0%	56,0%	4,0%	6,0%	14,0%	18,0%
Castellón (CS)	24,0%	46,0%	6,0%	10,0%	10,0%	4,0%
Lleida (LLEIDA)	36,0%	24,0%	2,0%	28,0%	2,0%	8,0%
Balaguer (LLEIDA)	20,0%	55,0%	5,0%	10,0%		10,0%
Tortosa (TARRAGONA)	20,0%	38,0%	6,0%	4,0%	22,0%	10,0%
<b>TOTAL</b>	<b>30,0%</b>	<b>33,6%</b>	<b>8,6%</b>	<b>11,4%</b>	<b>9,8%</b>	<b>6,6%</b>

Cuando la respuesta corresponde a la categoría “Sí, con hábito”, se ha analizado, además, el tipo de producto que se compra, el municipio en el que se realiza la compra, el tipo de establecimiento, el gasto realizado en porcentaje y los motivos de dicha compra.

Como se puede observar, un **30% de los encuestados responde que compra en Aragón habitualmente algún producto**. Este porcentaje es muy elevado en municipios como Agreda u Olvega en Soria (un 84% y un 92% respectivamente) y supera la media del 30% en Soria capital, Calahorra (La Rioja), Tudela (Navarra) o Lleida.

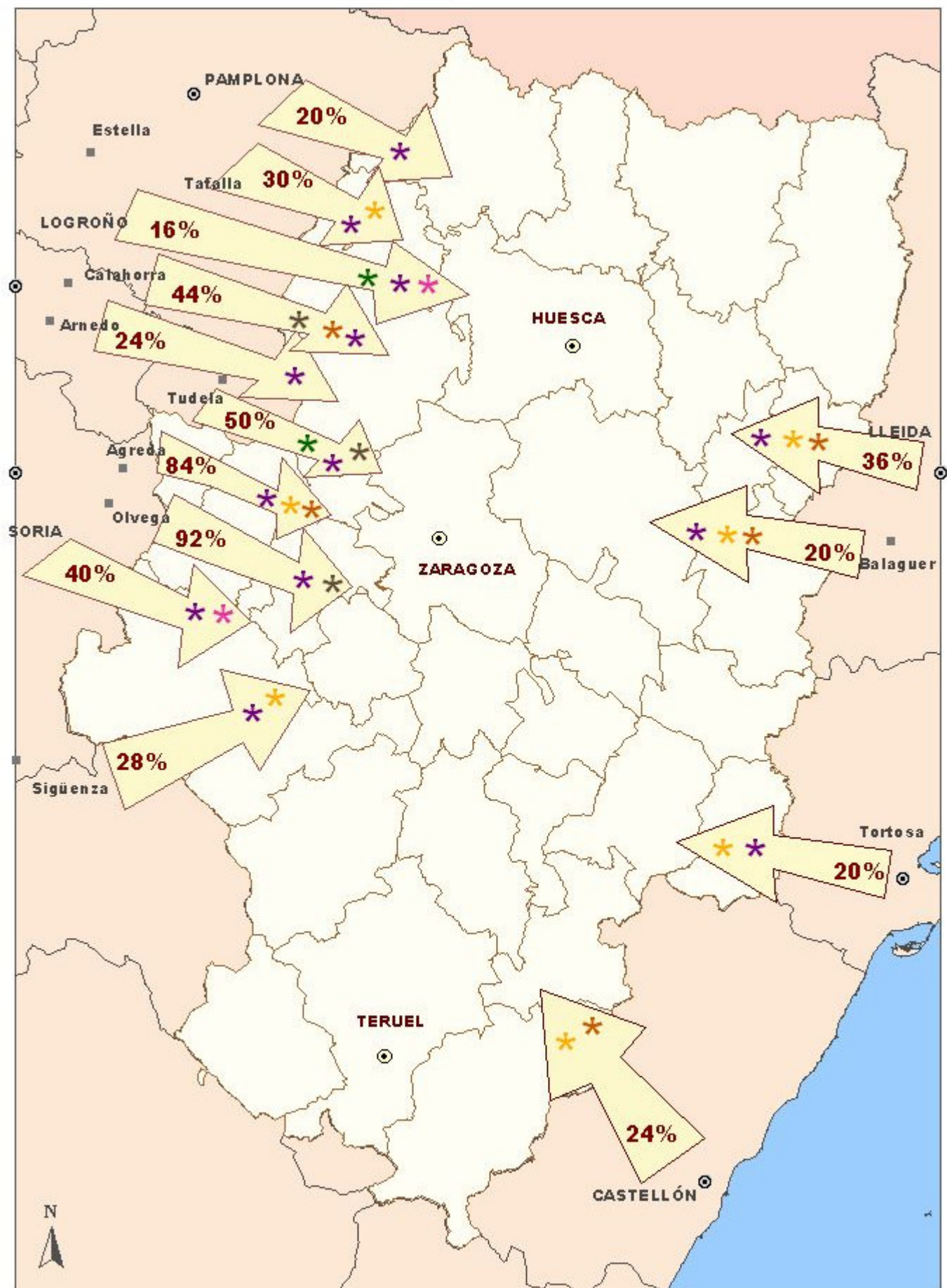
Sin embargo, aquellos municipios en los que a penas se ejerce atracción son Cuenca, Estella y Guadalajara, ya que ninguno de ellos supera el 10%.

Cabe destacar también el grupo de respuestas que tienen que ver con un cambio en el hábito de compra, ya que si tenemos en cuenta la respuesta de “No actualmente, pero anteriormente si”, todos los consumidores navarros encuestados han contestado en un 20%, por lo que principalmente desde Navarra y algunos municipios de La Rioja ha habido un cambio de hábitos de compra que ha desfavorecido de alguna manera al consumo nuestra Comunidad.

Analizando la respuesta “No, se trasladan a Aragón pero no compran” destacan los porcentajes de Arnedo (24%) o Logroño (16%) así como Tafalla (15%) y Cuenca (14%). En general, para Aragón existe casi un 10% de consumidores de otras comunidades que se trasladan aquí pero que no se sienten atraídos por la oferta comercial existente.

Si se analizan los porcentajes anteriores por productos, es decir, de los que tienen hábito de compra en Aragón, **qué tipo de producto adquieren con regularidad**, se obtiene lo siguiente expresado en porcentajes sobre personas encuestadas:

Municipio	Tipo de producto					
	Alimentación fresca	Alimentación seca	Droguería	Rop y calzado	Hogar	Otro comercio
Guadalajara (GU)	8%					
Sigüenza (GU)	16%	8%	8%	16%	4%	4%
Soria (SO)	8%	12%	16%	36%	8%	12%
Ágreda (SO)	24%	36%	4%	84%	16%	16%
Olvega (SO)	20%	28%	20%	88%	28%	16%
Logroño (RIOJA)	4%	4%	12%	8%	4%	12%
Arnedo (RIOJA)	4%	4%	4%	20%		4%
Calahorra (RIOJA)	12%	16%	4%	44%	16%	12%
Pamplona (NA)	5%			15%		
Tafalla (NA)	15%	5%	5%	20%		5%
Tudela (NA)	15%	15%	15%	50%	35%	20%
Estella (NA)		5%				
Cuenca (CU)	2%	2%				
Castellón (CS)	22%	14%				
Lleida (LLEIDA)	14%	14%	8%	24%	8%	10%
Balaguer (LLEIDA)	10%	5%		10%	5%	
Tortosa (TARRAGONA)	14%	8%		14%		4%
<b>TOTAL</b>	<b>11.8%</b>	<b>10.4%</b>	<b>6.8%</b>	<b>22.4%</b>	<b>6.2%</b>	<b>6.2%</b>



PLAN DE EQUIPAMIENTO  
COMERCIAL DE ARAGÓN

Título de Plano:  
**HÁBITOS DE COMPRA DE LOS  
CONSUMIDORES DE OTRAS PROVINCIAS  
CON RESPECTO A ARAGÓN**

Legenda:  
 % Consumidores que compran en Aragón  
 Principales productos que se adquieren en Aragón

- ★ Alimentación básica
- ★ Alimentación social
- ★ Droguería y parafarmacia
- ★ Higiene y cuidado
- ★ Higiene y menaje
- ★ Otro equipamiento



Por tipo de producto, se observa que los consumidores de los municipios cercanos a la Comunidad Autónoma acuden a Aragón para adquirir productos de alimentación fresca y seca y sobre todo ropa y calzado. El porcentaje de consumidores que acuden a por el resto de productos (droguería y perfumería, artículos para el hogar y otro equipamiento) es muy reducido.

Por municipios analizados, se detecta que *no acuden compradores de Guadalajara, Pamplona, Estella ni Cuenca* y los municipios con mayor número de consumidores en Aragón son *Agreda y Olvega*, que acuden sobre todo a comprar ropa y calzado. En este último tipo de compra también se puede destacar el gasto atraído de municipios como *Lleida, Tudela, Calahorra o Soria*.

Cuando se analizan los productos comprados en Aragón por municipio destino del gasto, se detecta que existe un flujo de consumidores de las provincias de Castellón y Tarragona que acuden a Aragón a comprar *alimentación fresca y seca* (esta en menor medida) a muchos municipios diferentes, mayoritariamente de la *provincia de Teruel*. Los productos comprados son, en su mayoría, embutidos y aceite y el tipo de establecimiento elegido es la tienda tradicional. También ocurre algo similar con consumidores de la provincia de Lleida que se dirigen hacia la *provincia de Huesca*.

#### 4.4.2.1. Análisis del gasto realizado en Aragón

En cuanto al gasto realizado, el correspondiente a alimentación fresca y seca representa porcentajes muy reducidos ya que el gasto está muy disperso entre diferentes municipios.

Los porcentajes del gasto realizado en ropa y calzado en Zaragoza y en Tarazona (porcentajes que se consideran significativos) son los que se muestran en la tabla adjunta:

**Flujo de gasto en ropa y calzado**

		Municipio origen del gasto					
		Logroño (RIOJA)	Arnedo (RIOJA)	Calahorra (RIOJA)	Pamplona (NA)	Tafalla (NA)	Tudela (NA)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>85</b>	<b>50</b>	<b>50,5</b>	<b>91,7</b>	<b>55</b>	<b>56,6</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>15</b>	<b>50</b>	<b>49,5</b>	<b>8,3</b>	<b>45</b>	<b>43,4</b>
	Zaragoza	6,5	8,8	28,7	5,7	13,3	35,9
	<b>Total Aragón</b>	<b>6,5</b>	<b>8,8</b>	<b>28,7</b>	<b>5,7</b>	<b>14,5</b>	<b>35,9</b>

## Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

		Municipio origen del gasto			
		Sigüenza (GU)	Soria (SO)	Agreda (SO)	Olvega (SO)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>4,3</b>	<b>46,7</b>	<b>38,1</b>	<b>22,5</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>95,8</b>	<b>53,3</b>	<b>61,9</b>	<b>77,5</b>
	Tarazona		8,9	9,2	9,1
	Zaragoza	29,3	34,7	40	30,6
	<b>Total Aragón</b>	<b>40,5</b>	<b>43,6</b>	<b>49,2</b>	<b>43,8</b>

		Municipio origen del gasto		
		Lleida (LLEIDA)	Balaguer (LLEIDA)	Tortosa (TARRAGONA)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>67,4</b>	<b>27,5</b>	<b>56,4</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>32,6</b>	<b>72,5</b>	<b>43,6</b>
	Tarazona			
	Zaragoza	27	10	14,3
	<b>Total Aragón</b>	<b>28</b>	<b>10</b>	<b>20,3</b>

Hay que tener en cuenta que los porcentajes anteriores corresponden al gasto realizado por las personas que acuden a comprar habitualmente a Aragón, no se incluyen porcentajes de gasto realizados ocasionalmente.

Los motivos por lo que los compradores acuden a Zaragoza a comprar ropa y calzado son la mayor gama de productos, mayor calidad, y el hecho de aprovechar su estancia en Zaragoza para realizar este tipo de compras. El tipo de establecimiento elegido para realizar las compras es la tienda tradicional, el centro comercial y el gran almacén.

Se muestran asimismo en las tablas siguientes los porcentajes de gasto atraídos en la compra del resto de bienes ocasionales: artículos para el hogar y otro equipamiento (ocio):

### Flujo de gasto en ropa y calzado

		Municipio origen del gasto			
		Sigüenza (GU)	Soria (SO)	Agreda (SO)	Olvega (SO)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>1</b>	<b>50</b>	<b>35</b>	<b>42,1</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>99</b>	<b>50</b>	<b>65</b>	<b>57,9</b>
	Tarazona			12,5	18,6
	Zaragoza	95	37,5	33	15,7
	<b>Total Aragón</b>	<b>95</b>	<b>37,5</b>	<b>45,5</b>	<b>35,7</b>

## Estudio y Evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

		Municipio origen del gasto		
		Logroño (RIOJA)	Calahorra (RIOJA)	Tudela (NA)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>90</b>	<b>58,3</b>	<b>76,6</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>10</b>	<b>41,8</b>	<b>23,4</b>
	Zaragoza	10	13	21,3
	<b>Total Aragón</b>	<b>10</b>	<b>19,3</b>	<b>21,3</b>

		Municipio origen del gasto	
		Lleida (LLEIDA)	Balaguer (LLEIDA)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>63,8</b>	<b>80</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>36,3</b>	<b>20</b>
	Zaragoza	25	
	<b>Total Aragón</b>	<b>28,8</b>	<b>20</b>

### Reparto del gasto en Otro equipamiento

		Municipio origen del gasto			
		Sigüenza (GU)	Soria (SO)	Agreda (SO)	Olvega (SO)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>50</b>	<b>76</b>	<b>47,5</b>	<b>23,8</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>50</b>	<b>24</b>	<b>52,5</b>	<b>76,3</b>
	Tarazona				10
	Zaragoza	25	11,7	33	20
	<b>Total Aragón</b>	<b>25</b>	<b>12,3</b>	<b>40,5</b>	<b>57,5</b>

		Municipio origen del gasto				
		Logroño (RIOJA)	Arnedo (RIOJA)	Calahorra (RIOJA)	Tafalla (NA)	Tudela (NA)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>59,3</b>	<b>20</b>	<b>77,5</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>40,7</b>	<b>80</b>	<b>22,5</b>
	Zaragoza	3,3	2	20,7		7,5
	<b>Total Aragón</b>	<b>4,3</b>	<b>2</b>	<b>37,3</b>	<b>50</b>	<b>20</b>

		Municipio origen del gasto	
		Lleida (LLEIDA)	Tortosa (TARRAGONA)
Dentro del municipio	<b>Total Dentro</b>	<b>77</b>	<b>45</b>
Fuera del municipio	<b>Total Fuera</b>	<b>23</b>	<b>55</b>
	Zaragoza	5,6	46,5
	<b>Total Aragón</b>	<b>16,6</b>	<b>46,5</b>

Los porcentajes de gasto realizados en Zaragoza son elevados, pero hay que tener en cuenta que el número de consumidores que realizan compras es solamente una parte del total.

#### 4.4.2.2. Motivos de compra

Los motivos por los que los consumidores deciden comprar alimentación en Aragón son la **calidad de los productos** o bien el que los compradores aprovechan su estancia en Aragón para realizar compras de alimentación, tanto fresca como seca.

En cuanto a ropa y calzado, los municipios con mayor atracción son Tarazona, para los consumidores de la provincia de Soria, y Zaragoza capital, que tiene lógicamente la mayor capacidad de atracción para los consumidores de los diferentes municipios encuestados.

#### **4.4.3. Conclusiones**

Como **conclusión** de la encuesta realizada se podría indicar que en la compra de **bienes cotidianos** es la provincia de Teruel la que mantiene un mayor gasto atraído debido a la calidad de los productos ofertados aunque es un gasto pequeño y muy disperso en diferentes municipios.

En la compra de **bienes ocasionales**, Zaragoza capital es el único municipio con capacidad de atracción en toda la zona de influencia. Destaca la atracción para la compra de ropa y calzado, que es realizada en centros comerciales, gran almacén y tiendas tradicionales.