

7. ANALISIS DEL IMPACTO TERRITORIAL Y COMERCIAL DE LAS IMPLANTACIONES DE GRANDES SUPERFICIES

El desarrollo de nuevos hábitos de consumo en la población ha generado la aparición de esta modalidad de instalación de tipologías comerciales diferentes entre las que destacan las grandes superficies clasificadas como polivalentes. Al mismo tiempo, el proceso de centralización de la oferta comercial ha causado cambios en la adquisición por parte de las áreas comerciales de su suministros de proveedores, lo que tiene efectos muy importantes sobre la economía de los procesos de producción e industriales, especialmente desde el sector alimentario

Este apartado tiene como objetivo el de analizar los efectos que la implantación de las Grandes Superficies ha ejercido en el comercio minorista y en su entorno. No obstante, es importante señalar la dificultad que entraña analizar de forma objetiva el grado de impacto real de una tipología comercial de este tipo, ya que existen otra serie de causas ajenas a las meramente cuantitativas y que resultan difíciles de cuantificar de manera individual pero cuya influencia está patente en los resultados obtenidos. Entre ella destacan las siguientes:

- *Extrínsecas*; cambios en los hábitos de compra, factores relacionados con la coyuntura económica, la propia estructura urbana...
- *Intrínsecas*; formación del comerciante, tendencias del sector....

De este modo deben ser entendidas las conclusiones de este apartado como una aproximación a la influencia de las Grandes Superficies sobre el pequeño comercio, pero no imputables de manera única a ésta.

El análisis se ha realizado desde dos vertientes:

- ♣ Desde el punto de vista de la oferta comercial, se ha realizado una comparación entre la estructura comercial existente en el entorno de las Grandes Superficies antes de su implantación con la situación actual.
- ♣ Por el lado de la demanda comercial, se ha analizado en qué medida las Grandes Superficies implantadas han afectado a la fijación o evasión del gasto comercial de unas zonas a otras.

- ♣ En el **resto de Aragón**, las comarcas en las que se han instalado grandes superficies comerciales de tipo polivalente en los últimos años son los siguientes:

<i>Campo de Borja</i>	CONSUM en Albeta
<i>Comunidad de Calatayud</i>	SABECO y GALERÍAS PRIMERO en Calatayud
<i>Caspe-Bajo Aragón</i>	INTERMARCHÉ en Caspe
<i>Cinco Villas</i>	CONSUM, SABECO y GALERÍAS PRIMERO en Ejea de los Caballeros
<i>Tarazona y el Moncayo</i>	SUPER TODO TODO en Tarazona
<i>Comarca de Zaragoza</i>	ALCAMPO y LIDL en Utebo
<i>Bajo Aragón</i>	SABECO, MERCADONA Y GALERÍAS PRIMERO en Alcañiz
<i>Andorra-Sierra de Arcos</i>	INTERMARCHÉ en Andorra
<i>Comarca de Teruel</i>	SABECO, MERCADONA y MERCADONA en Teruel
<i>Cuencas Mineras</i>	AMICA en Utrillas
<i>Somontano de Barbastro</i>	CONSUM, SABECO y CASH DEL ALTO ARAGÓN en Barbastro
<i>La Litera</i>	INTERMARCHÉ en Binéfar
<i>Ribagorza</i>	ALDI en Graus
<i>Bajo Cinca</i>	SABECO y BERGES en Fraga
<i>Comarca de Huesca</i>	ALVI, SABECO, EROSKI, CASH y MERCADONA en Huesca
<i>Jacetania</i>	ALVI, CASH y MAXI en Jaca
<i>Cinca Medio</i>	COOPERATIVA e INTERMARCHÉ en Monzón
<i>Alto Gállego</i>	LIDL y MERCADONA en Sabiñánigo
<i>Los Monegros</i>	CONSUM en Sariñena

7.1.1 Evolución del número de establecimientos comerciales

ZARAGOZA CAPITAL

Comparando el análisis de dotación comercial con el existente en el año 1993 y 1998, el número de comercios, sin considerar los existentes en los barrios rurales, aunque aumentó en 787 establecimientos de 1993 a 1998, en los últimos años el número se ha mantenido, con una disminución ligera de 22 establecimientos, pasando de 9.044 a 9.022 establecimientos. No obstante, teniendo en cuenta los barrios rurales se ha incrementado ligeramente hasta un total de 9.396 establecimientos lo que supone un incremento de 4,1% respecto a 1998.

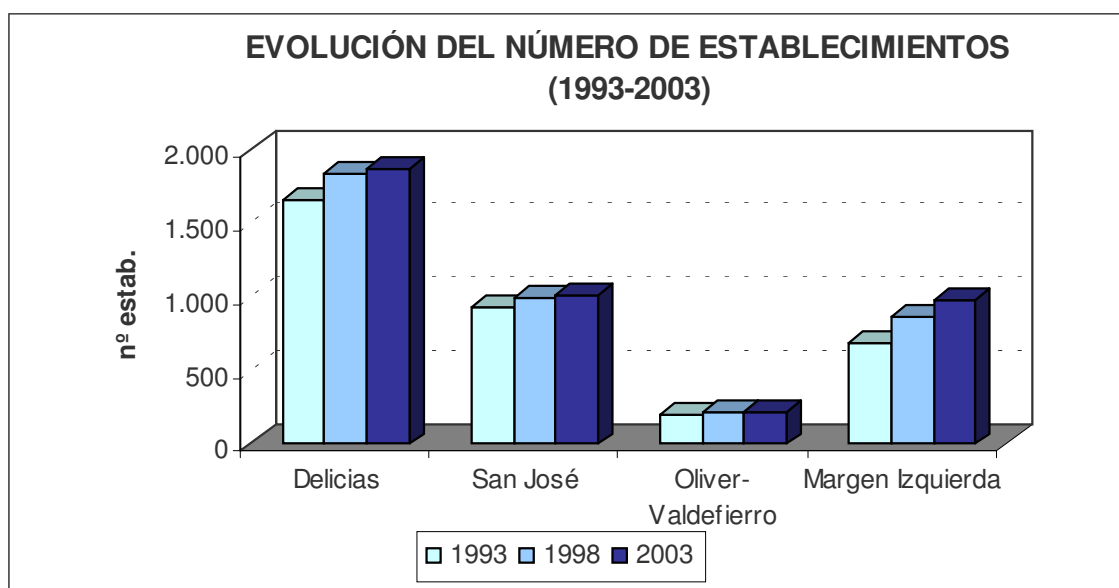
En líneas generales, el crecimiento de establecimientos comerciales para el periodo 1993-1998 es mucho más acusado que en los años siguientes hasta el 2003 (1998-2003), produciéndose en los últimos cinco años en algunas zonas de la ciudad un descenso notorio en cuanto a número de comercios. La gran excepción la constituye el distrito de Margen Izquierda, en la que se produce un fuerte despegue desde 1998.

Analizando de manera más detallado los distritos donde se localizan las principales grandes superficies polivalentes en la ciudad de Zaragoza, en función de la evolución experimentada en los últimos años destacan las siguientes características:

-)} **En el barrio de Delicias**, donde en 1995 se inauguró el CARREFOUR C.C. AUGUSTA, el comercio minorista aumentó en número para el intervalo de edad de 1993-1998 en casi un 11%, aunque para el periodo siguiente, hasta el 2003 el crecimiento ha sido mucho más suavizado, creciendo desde 1998 un 1,58%.
-)} **En San José**, en el año 2001 se inauguró ALCAMPO UTRILLAS. El efecto sobre el comercio minorista refleja un comportamiento similar al de Delicias con un crecimiento sostenido si bien de manera más patente de 1993 a 1998 y de forma continua, aunque en menor proporción en el último periodo (1,41%). Además, cabe destacar también el comportamiento de **Las Fuentes**, dada su proximidad con ALCAMPO UTRILLAS, que ha experimentado un crecimiento muy importante desde 1998 que asciende a un 6,28%.
-)} Respecto al distrito de **Oliver-Valdefierro**, ha estabilizado el incremento del número de establecimientos frente a periodos preferentes. De este modo, aunque en el periodo 1993-1998 aumentó de manera considerable, hasta un 9,1%, en el periodo 1998-2003 se ha estabilizado si bien no se aprecia destrucción de comercio. La implantación del ALCAMPO VALDEFIERRO se realiza precisamente dentro del periodo 1993-1998, exactamente en el año 1997.

-) **La Margen Izquierda**, debido a su gran crecimiento en los últimos años, experimenta un crecimiento por encima del resto de barrios de la ciudad de tal manera que a nivel comercial su evolución también ha sido muy destacada, siendo para el periodo 1993-1998 de un 25,4% y algo más baja para el siguiente quinquenio, en un 13,49%.

DISTRITO		1993	1998	2003	Variación (1993/1998)	Variación (1998/2003)
1	Casco	1.144	1.044	1.178	3,0%	-11,38%
2	Centro	1.482	1.539	1.566	5,7%	-1,72%
3	Delicias	1.656	1.866	1.837	10,9%	1,58%
4	Ensanche	812	821	910	12,1%	-9,78%
5	San José	923	1.009	995	7,8%	1,41%
6	Las Fuentes	703	812	764	8,7%	6,28%
7	La Almozara	213	256	244	14,6%	4,92%
8	Oliver-Valdefierro	197	215	215	9,1%	0,00%
9	Torrero-La Paz	441	485	475	7,7%	2,11%
10	Margen Izquierda	686	976	860	25,4%	13,49%
10A	Actur	--	698	607	--	--
10B	Arrabal	--	278	253	--	--
11	Barrios Rurales Norte	--	174	--	--	--
12	Barrios Rurales Oeste	--	199	--	--	--
Total Zaragoza (Sin barrios rurales)		8.257	9.044	9.022	19,9%	-8,9%
Total Municipio de Zaragoza:		--	--	9.396	19,9%	-5,13%

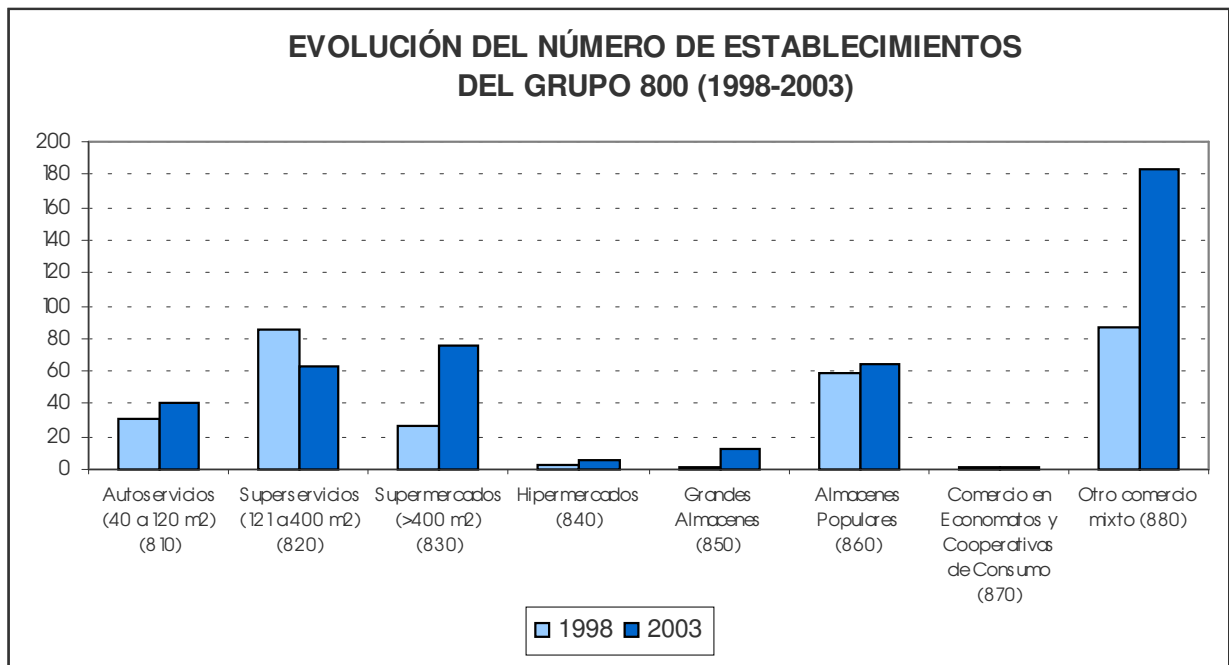
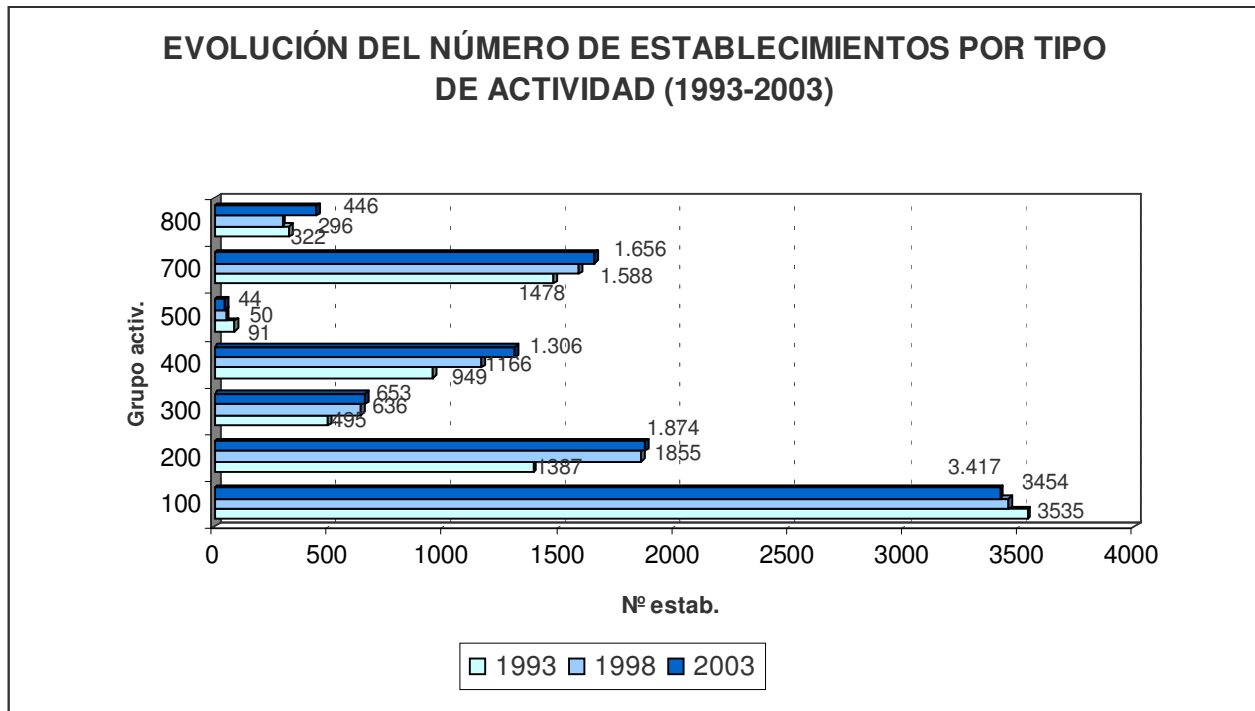


Número de establecimientos comerciales por tipo de actividad en Zaragoza

En cuanto a la evolución del número de establecimientos en Zaragoza según el tipo de producto, hay que destacar que de manera generalizada, el número de establecimientos crece en el periodo 1993-2003 en casi todos los productos, señalando las siguientes consideraciones:

- } Destaca el incremento en número de establecimientos tanto de tipo Hogar y Construcción, así como el grupo 800 “comercio mixto por secciones” que crece desde 1998 de 296 establecimientos a 446 en el año 2003. Sin embargo, a pesar de que el número de establecimientos de ambos tipos ha sido creciente, en el caso del grupo 800 este crecimiento no ha sido tan continuado ya que en el quinquenio 1993-1998 se produjo una disminución de estos establecimientos.
- } Otros productos, sin embargo, se estabilizan como es el caso del grupo 100 (Alimentos, Bebidas y Tabaco) que aunque crece entre los años 1993-1998, desde entonces desciende ligeramente en el último quinquenio.
- } Los establecimientos del tipo textil y confección, se estabilizan en los últimos años, ya que si bien han experimentado una crecida en el periodo 1993-1998, durante el quinquenio siguiente el sector ha crecido únicamente en 19 establecimientos.
- } En último lugar dentro del comercio mixto por secciones, los subgrupos que más han crecido han sido sobre todo los supermercados, que casi se han triplicado desde 1998, de 27 a 76 en el año 2003. Además de este grupo, el constituido por el 880, de otro comercio mixto, también ha crecido de forma importante desde 1998, pasando de 87 establecimientos a 183 en el año 2003.

Clave	Descripción	Nº. Establecimientos 1993	Nº. Establecimientos 1998	Nº. Establecimientos 2003
100	Alimentos, bebidas y tabaco	3.535	3.454	3.417
200	Textil, confección, calzado	1.387	1.855	1.874
300	Droguería, perfumería y farmacia	495	636	653
400	Hogar y construcción	949	1166	1.306
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	91	50	44
700	Otro comercio al por menor	1.478	1.588	1.656
800	Comercio mixto por secciones	322	296	446
810	Autoservicios (40 a 120 m2)	--	31	40
820	Superservicios (121 a 400 m2)	--	85	63
830	Supermercados (>400 m2)	--	27	76
840	Hipermercados	--	3	6
850	Grandes Almacenes	--	2	13
860	Almacenes Populares	--	59	64
870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo	--	2	1
880	Otro comercio mixto	--	87	183



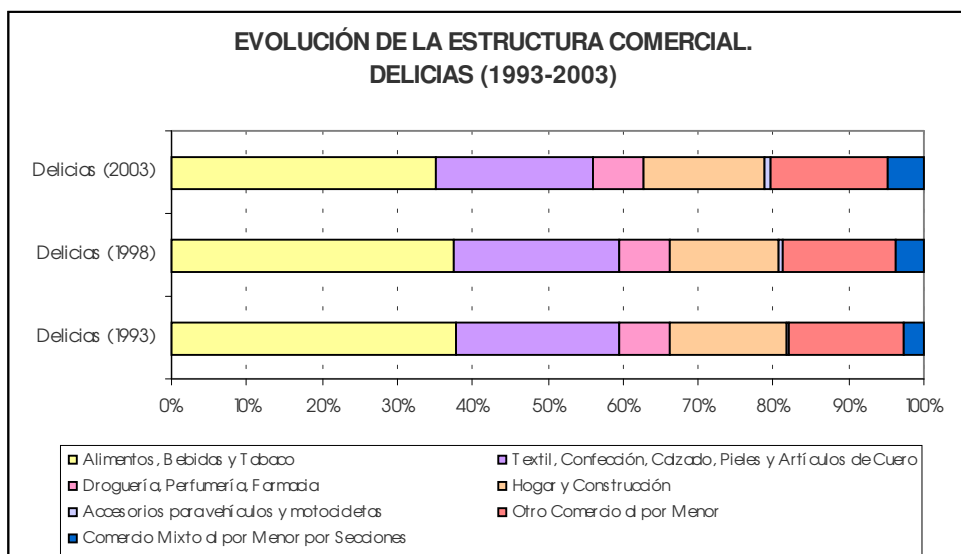
Impacto por barrio del número de establecimientos comerciales Zaragoza

A continuación se presenta la evolución de la **estructura comercial de los barrios de Zaragoza** donde ha habido implantación de Grandes Superficies comerciales en los últimos diez años. De este modo podremos observar en que medida han influido este tipo de establecimientos en la dinámica comercial de cada zona.

Las Delicias

Si tenemos en cuenta la estructura comercial del barrio de Delicias, desde 1993, esta ha cambiado sobre todo en relación con:

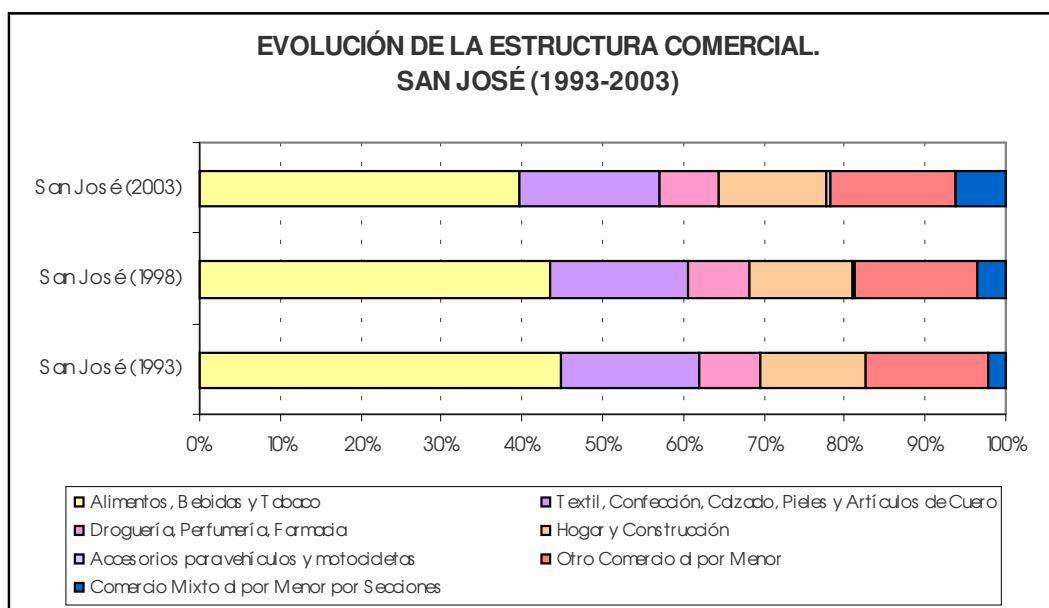
- **Alimentación, bebidas y tabaco y textil y calzado**; el número de comercios aumentó en 63 durante el periodo 1993-1998 y disminuyó en 33 en el periodo 1998-2003. En el conjunto global aunque aumentaron su proporción de comercios en el periodo 1993-1998, para el siguiente periodo 1998-2003, han visto reducirse, aunque de manera no muy significativa. Sin embargo, siguen representando entre ambos, más del 55% del total de los comercios.
- **Droguería y perfumería y accesorios para vehículos**; su proporción se mantiene bastante estable desde 1993, si bien en términos absolutos ha crecido un número de 12 comercios (1993-1998) y 2 comercios (1998-2003).
- **Hogar y construcción y comercio al por menor**; ambos sectores han crecido de una manera constante a lo largo de los últimos diez años, 11 comercios (1993-1998) y 21 (1998-2003), alcanzando entre los dos tipos de productos casi un 30% del total de establecimientos.
- **Comercio mixto por secciones**; este grupo perteneciente al 800 es el que proporcionalmente más ha crecido en los últimos años, 26 comercios (1993-1998) y 21 (1998-2003), doblando su representatividad en los últimos diez años. Engloba además de las grandes superficies las tipologías comerciales basadas en el autoservicio en diferentes dimensiones.



San José

El distrito de San José constituye el distrito donde se ha implantado la única gran superficie del presente periodo de análisis (ALCAMPO – UTRILLAS). Los principales cambios en cuanto a estructura comercial del barrio de San José, tienen que ver con los siguientes grupos de productos:

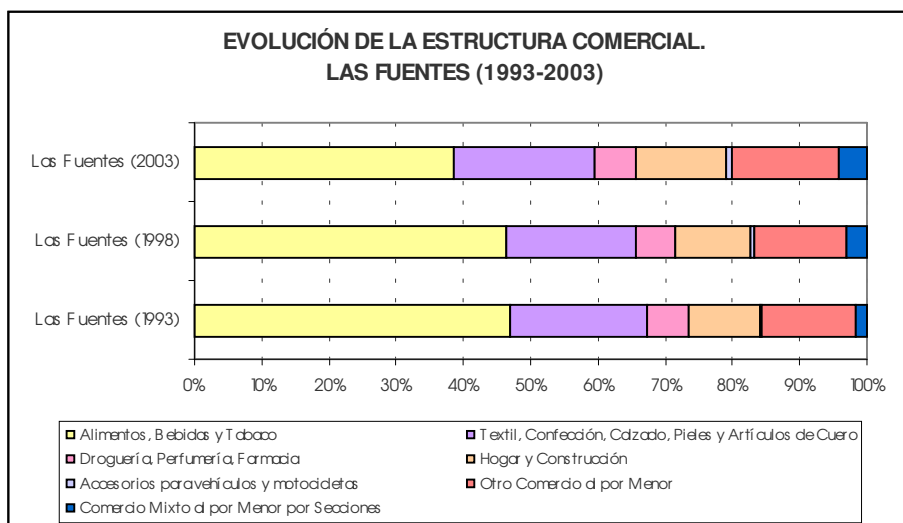
- **Alimentación, bebidas y tabaco;** ha disminuido su porcentaje en los últimos años en algo más de un 5% para el periodo 1998-2003, quedando su representatividad en algo menos de un 40%. En cifras absolutas creció en 18 comercios (1993-1998) y disminuyó en 33 (1998-2003).
- **Comercio mixto por secciones;** en proporción este tipo de comercio es el que más crece, de tal manera que desde los últimos cinco años, este proceso se acelera, casi doblando en cantidad de establecimientos, de 36 a 64 en el periodo 1998-2003.
- **El resto de los productos;** si bien todos aumentan su representatividad, lo hacen de forma poco destacada, quedando la estructura comercial en estos productos de manera similar entre el año 1993 y el año 2003.
- **La evolución global;** en el número de comercios ha sido positiva, creciendo en 72 (1993-1998) y 14 (1998-2003).



Las Fuentes

La evolución de la estructura comercial en el barrio de Las Fuentes, desde 1993 hasta el presente año 2003, se ha analizado dado la situación del establecimiento de ALCAMPO-UTRILLAS que se sitúa en el límite entre el barrio de Las Fuentes y San José. Las principales variaciones experimentadas por tipo de producto son las siguientes:

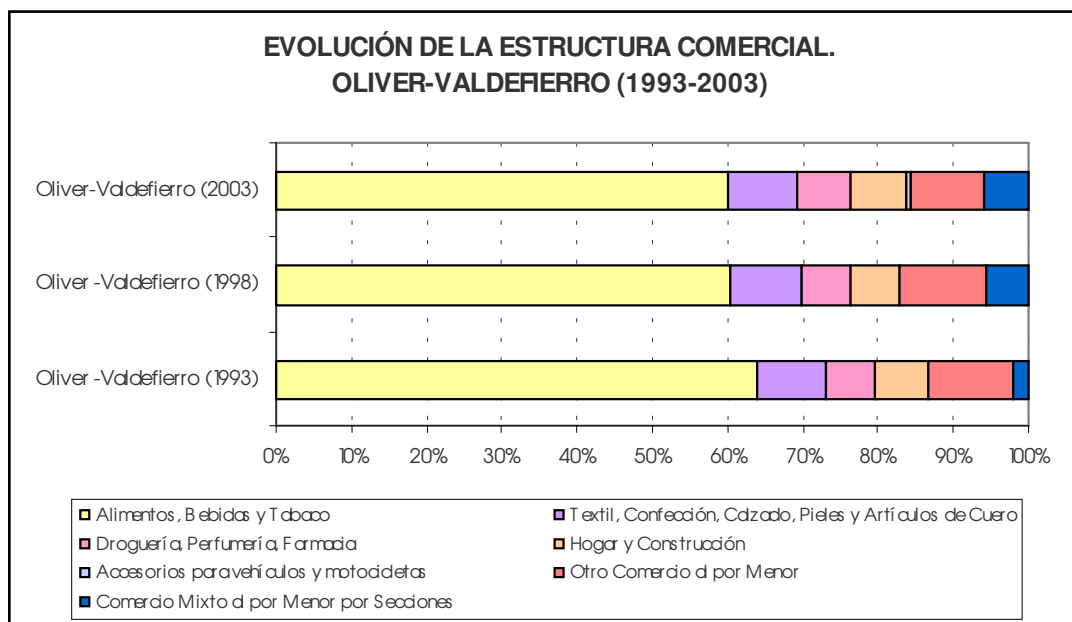
- **Alimentación, bebidas y tabaco;** ha disminuido su porcentaje en los últimos años de manera bastante importante, de algo más de un 45% a un 38%. Por periodos, entre los años 1993-1998, el número de comercios aumentó en 25, pero sin embargo entre los años 1998 y 2003, el número se ha reducido en 41.
- **Droguería y perfumería, textil y calzado y accesorios para vehículos;** estos grupos han seguido una evolución positiva en los diez años de análisis, sin embargo aunque positivo con un crecimiento moderado, 2 comercios (1993-1998) y 6 (1998-2003).
- **Hogar y construcción, otro comercio al por menor y otro comercio mixto;** estos tipos de productos son los que han crecido en mayor medida en los últimos años, siendo sobre todo el comercio mixto el que proporcionalmente ha crecido de forma más importante, triplicando desde 1993, el número de comercios, de tal manera que de 11 ha pasado a 33 en el 2003.
- **La evolución global;** en el número de comercios ha sido positiva, creciendo en 61 (1993-1998) y 48 (1998-2003).



Oliver-Valdefierro

Respecto a la evolución experimentada por el número de establecimientos comerciales por tipo de actividades en Oliver-Valdefierro, desde 1993 hasta el presente año 2003, las principales variaciones han sido las siguientes:

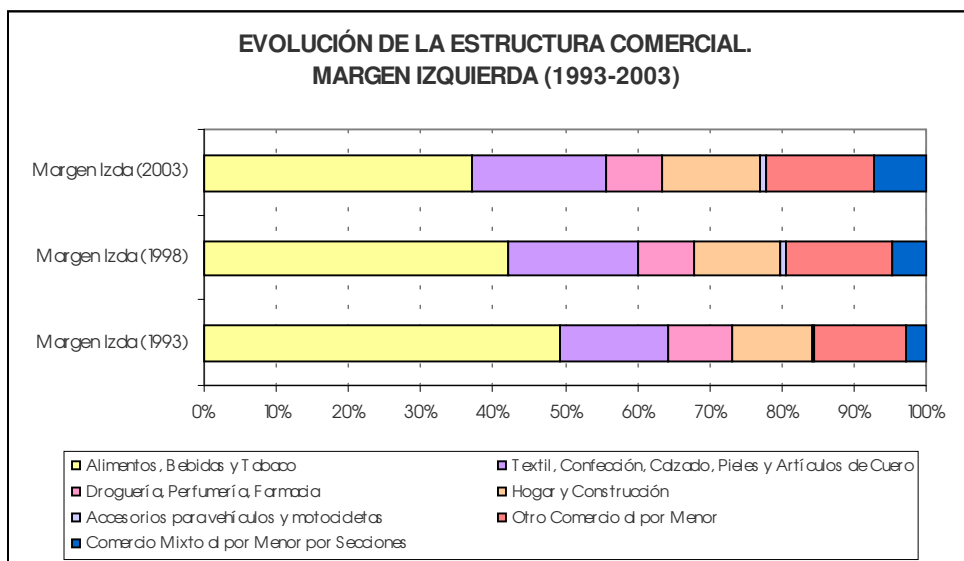
- **Otro comercio mixto por secciones;** es el único sector que ha crecido en número de establecimientos, si bien, en términos absolutos el número de establecimientos en este barrio es muy escaso. Así el *otro comercio mixto* ha sufrido un aumento muy importante entre los años 1993-1998, pasando de 4 a 12 establecimientos, originado en gran medida por la aparición en 1997 del ALCAMPO-LOS ENLACES.
- **Resto de tipos de productos;** todos ellos mantienen un número de establecimientos similar desde 1993, si bien, debido al aumento de representatividad de *otro comercio mixto*, el resto han disminuido sus porcentajes relativos, como es el caso sobre todo de la alimentación que pasa de un 64% en el año 1993, a un 60% en 2003.
- Además cabe destacar la importancia de los establecimientos dedicados a **alimentación**, bebidas y tabaco en este barrio de carácter tradicional, (donde se supera el 60%), y la escasa representatividad de los demás sectores en la zona, lo que hace que Oliver-Valdefierro cuente con un importante flujo de gasto hacia otras zonas de la ciudad sobre todo en lo que se refiere a bienes no cotidianos.



Margen Izquierda

El comportamiento de este distrito es muy diferente si analizamos ACTUR por un lado y el Arrabal-La Jota si bien el análisis en el presente punto se ha realizado de manera conjunta caracterizándose por las siguientes variaciones:

- **Alimentación, bebidas y tabaco;** este sector aunque en relación al reparto porcentual ha disminuido su peso, el número de establecimientos ha crecido, sobre todo durante el periodo 1993-1998, situándose de 339 a 362.
- **Textil y calzado y hogar y construcción;** ambos han experimentado un crecimiento destacable desde 1993, de tal manera que casi el grupo de textil y calzado ha duplicado su número de establecimientos hasta el 2003, pasando de 101 a 180. Hogar y construcción, también ha aumentado su representatividad, pasando de 76 establecimientos en 1993, a 132 en el 2003.
- **Otro comercio al por menor, comercio mixto y accesorios de vehículos;** al igual que en el caso de los grupos anteriores, han experimentado un crecimiento importante en los últimos años, en el caso de *otro comercio al por menor*, este ha crecido de 87 establecimientos, a 148 en 2003, en gran medida debido al establecimiento en el ACTUR de CARREFOUR en 1990, y de HIPERCOR en 1997. También ha influido la implantación de estas grandes superficies para que el comercio mixto se haya más que triplicado desde 1993, pasando de 19 establecimientos, a 69 en el año 2003.



ARAGÓN: PRINCIPALES DATOS A NIVEL COMARCAL

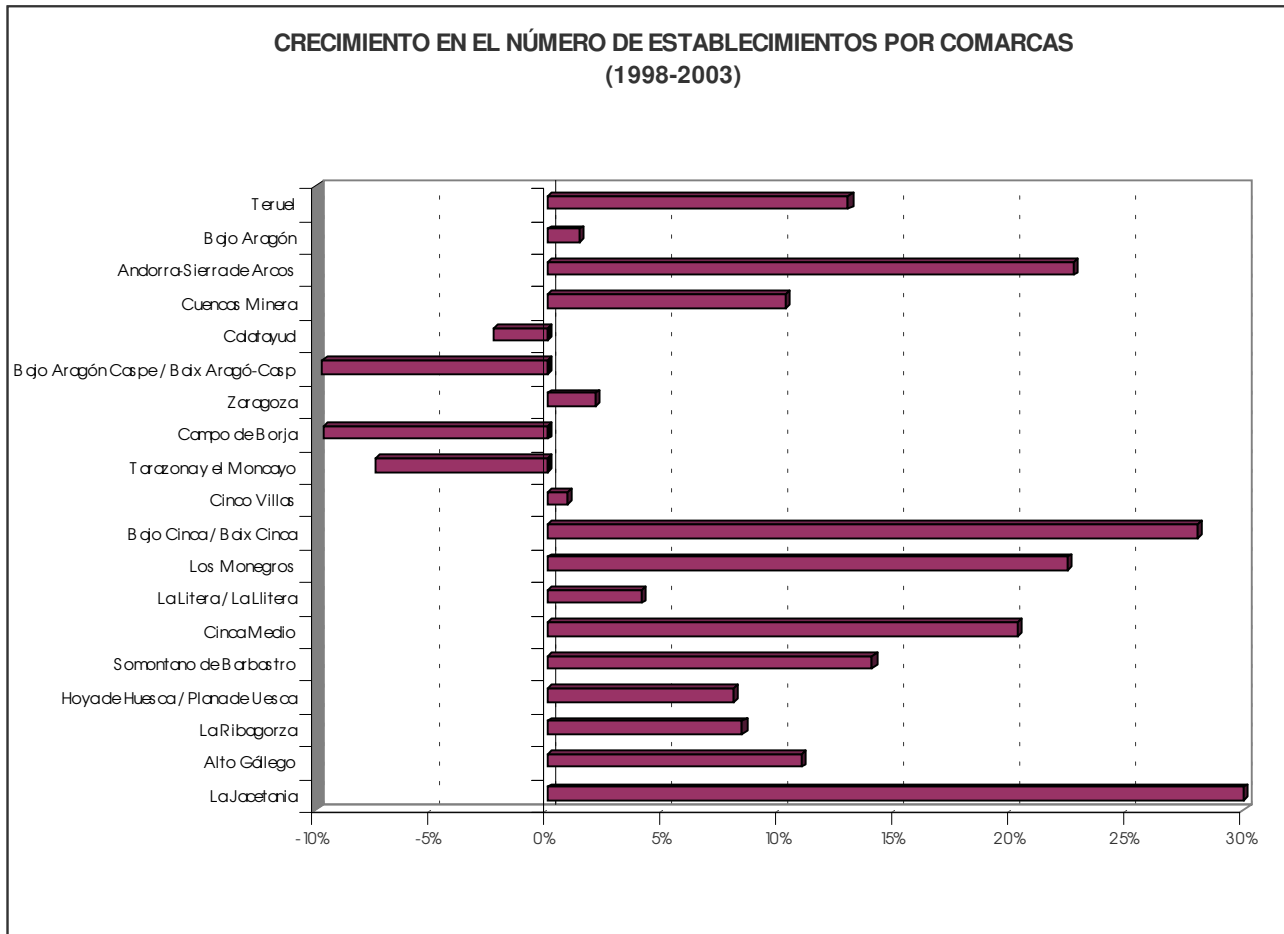
Como podemos observar en la tabla adjunta donde se detalla la evolución del número de establecimientos desde 1998 hasta 2003, en líneas generales los establecimientos crecen desde 1998, un 5,32% en lo que respecta a Aragón, lo que supone un número de 1.016 establecimientos más.

COMARCA		Número de Establecimientos 2003	Número de Establecimientos 1998	% de crecimiento (1998-2003)
01	La Jacetania	494	380	30%
02	Alto Gállego	274	247	10,93%
03	Sobrarbe	147	138	6,52%
04	La Ribagorza	271	250	8,4%
06	Hoya de Huesca / Plana de Uesca	955	884	8,03%
07	Somontano de Barbastro	529	464	14,00%
08	Cinca Medio	493	410	20,24%
09	La Litera / La Llitera	385	370	4,05%
10	Los Monegros	355	290	22,41%
11	Bajo Cinca / Baix Cinca	425	332	28,01%
05	Cinco Villas	476	472	0,84%
12	Tarazona y el Moncayo	249	269	-7,43%
13	Campo de Borja	225	249	-9,63%
14	Aranda	101	110	-8,18%
15	La Ribera Alta del Ebro	329	326	0,92%
16	Valdejalón	336	333	0,90%
17	Zaragoza	9.867	9.666	2,07%
18	La Ribera Baja del Ebro	139	147	-5,44%
19	Bajo Aragón Caspe / Baix Aragó-Casp	261	289	-9,68%
20	Calatayud	675	691	-2,31%
21	Campo de Cariñena	163	153	6,53%
22	Campo de Belchite	90	90	0%
24	Campo de Daroca	117	107	9,34%
23	Bajo Martín	156	147	6,12%
25	Jiloca	255	243	4,93%
26	Cuencas Minera	193	175	10,28%
27	Andorra-Sierra de Arcos	249	203	22,66%
28	Bajo Aragón	574	566	1,41%
29	Teruel	731	647	12,98%

COMARCA		Número de Establecimientos 2003	Número de Establecimientos 1998	% de crecimiento (1998-2003)
30	Maestrazgo	91	57	59,64%
31	Sierra de Albarracín	99	80	23,75%
32	Gúdar-Javalambre	178	155	14,83%
33	Matarraña / Matarranya	201	127	58,26%
TOTAL ARAGÓN		20.083	19.067	5.32%

Por comarcas, se aprecian diferentes significativas entre unas y otras, teniendo en cuenta además aquellas donde se han ubicado Grandes Superficies comerciales. En este sentido, destacan las siguientes comarcas según su evolución:

- **Por su importante crecimiento destacan las siguientes comarcas;** Jacetania, con un 30% de crecimiento, Bajo Cinca, con un 28%, Andorra (22,66%), Los Monegros (22,41%) y Cinca Medio con un 20,24%.
Estas comarcas pertenecen de manera mayoritaria a la provincia de Huesca y también a la de Teruel, confirmando estos resultados aparecen otras comarcas que han experimentado un crecimiento en el último quinquenio, como es el caso de Somontano de Barbastro (14%), Teruel (12.98%), Alto Gallego ó Cuencas Mineras (ambas con algo más de un 10% de incremento).
- **Por su fuerte decrecimiento desde 1998;** destacando entre estas, Bajo Aragón-Caspe (9.68%), Campo de Borja (-9.63%), ó Tarazona y el Moncayo (-7.43%).
- **Comarcas que se mantienen estables en los últimos cinco años;** algunas comarcas mantienen el número de establecimientos o incluso los aumentan aunque de forma poco significativa, como es el caso de La Litera (con un 4.05%), Zaragoza (2.07%), Bajo Aragón (1.41%) y Cinco Villas (0.84%).



Número de establecimientos comerciales por tipo de actividad por comarcas

En cuanto a la evolución del número de establecimientos en Aragón, por tipo de producto, destaca el cambio en la estructura comercial, confirmada ya en los datos obtenidos de Zaragoza, donde destaca:

- La *disminución de la representatividad del grupo 100 "Alimentos, Bebidas y Tabaco"*, aunque de manera menos acusada que en los principales barrios analizados en la capital ya que en estos casos la disminución apenas alcanza un 3%, desde 1993.
- La *estabilización de droguería y perfumería y de textil y calzado*, mientras los restantes grupos de bienes cotidianos, que apenas han crecido en los últimos diez años.
- *Disminuye el comercio al por menor*, a diferencia de lo que ocurre en la ciudad de Zaragoza, en el territorio aragonés disminuye la representatividad de este tipo de comercio, pasando de ocupar casi un 18% en la estructura comercial de Aragón en 1993, a un 14.97% en el año 2003.

- *Se multiplica el comercio mixto por secciones* que comprende todo tipo de oferta asociada con el autoservicio. En este caso, aunque todavía tiene poca representatividad, su presencia se ha duplicado, pasando de un 3.9% de representatividad en 1993, a un 8%, en el 2003.

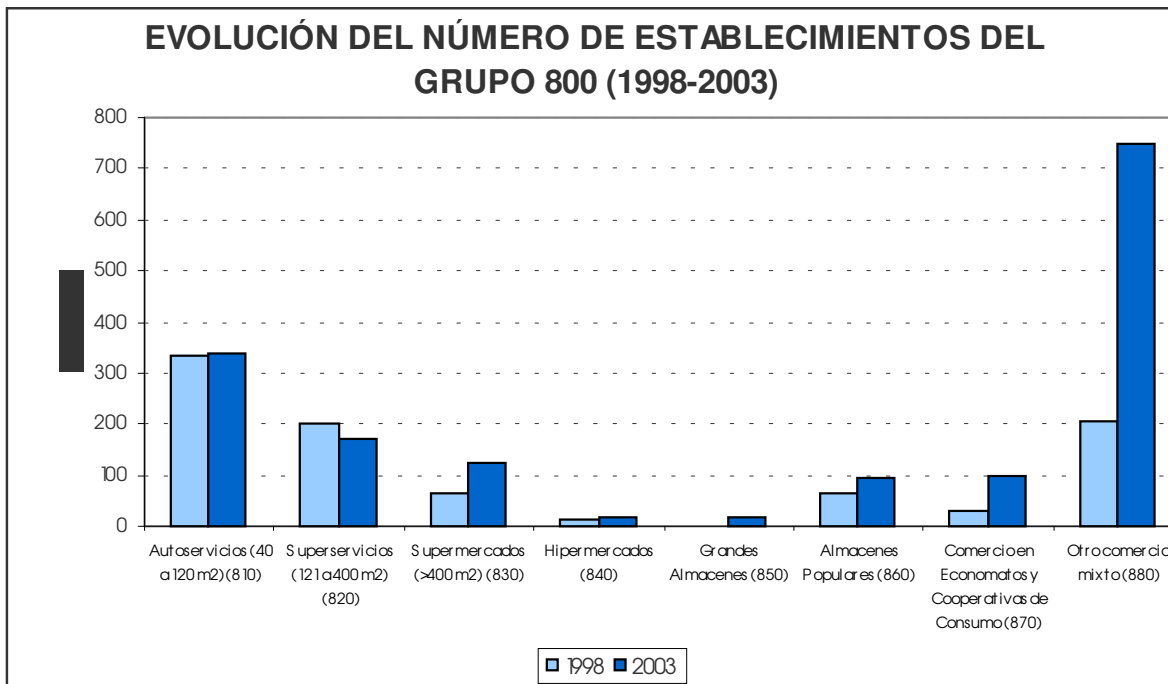
Clave	Descripción	% sobre total del grupo 1993	% sobre total del grupo 1998	% sobre total del grupo 2003
100	Alimentos, bebidas y tabaco	42.7%	42,65%	39,42%
200	Textil, confección, calzado	16.8%	17,52%	17,02%
300	Droguería, perfumería y motocicletas	6,00%	6,85%	6,77%
400	Hogar y construcción	11.5%	12,03%	13,03%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	1.1%	1,36%	0,78%
700	Otro comercio al por menor	17.9%	14,80%	14,97%
800	Comercio mixto por secciones	3.9%	4,80%	8,00%
	TOTAL	100%	100%	100%

Si tenemos en cuenta el fuerte crecimiento del grupo 800 en los últimos años, es importante diferenciar cuales son los subgrupos que han experimentado un mayor crecimiento. De este modo, los subgrupos que crecen en mayor medida en el último quinquenio son:

- **Grupo 880: otro comercio mixto;** donde se localizan las tiendas descuento, todo a 100, y formato de autoservicio especializados (SCHLECKER, OPENCOR, TODO 100...) Su crecimiento ha sido el más importante, de tal manera que de algo mas de 200 establecimientos en 1998, ha pasado a tener 747 para este año 2003.
- **Grupo 830,** al que pertenecen los supermercados de más de 400 m² en los que se ha pasado en cinco años de 65 establecimientos a 124 en el 2003.
- **Grupo 870;** donde se encuentran los economatos y las cooperativas de consumo, que han triplicado sus cifras desde 1998, donde contaban con 31 establecimientos, a 100 en el año 2003.
- **Grupo 850;** al que pertenecen los grandes almacenes, que aunque cuentan con una representación muy escasa, esta ha crecido de forma importante desde 1998, pasando de 2 en el año 1998, a 15 en el 2003.

En resumen, todos los grupos, en mayor o menor medida han crecido salvo el 820, referido a los superservicios, con tamaños entre 121 a 400m² disminuyendo de 199 establecimientos

para el año 1998, a 173 para el año 2003, apreciándose un incremento de tamaño de este tipo de establecimientos.



7.1.2. Evolución de la superficie de venta comercial

ZARAGOZA CAPITAL

Si tenemos en cuenta la evolución de los distritos administrativos de la ciudad en relación con la superficie comercial con la que cuentan, podemos observar que, desde 1993, ha habido cambios importantes. En primer lugar, en el **periodo 1993-1998**, donde el crecimiento es de un 52,7% en el total del municipio de Zaragoza, ya que se ha pasado de 458.890 metros cuadrados, en 1993, a más de 700.000 para el año 1998. Los barrios que han experimentado mayor ascenso han sido Margen Izquierda (228,8%), Oliver-Valdefierro (65%), Delicias (57,6%), Ensanche (50,7%), La Almozara (40,9%).

Las variaciones para el **periodo 1998-2003**, aunque son más bajas ya que la media de crecimiento para toda la ciudad se sitúa en un 19,79%. Por distritos las cotas más altas se alcanzan en San José (38,95%), La Almozara (38,13%), la Margen Izquierda (29,72%) ó Las Fuentes, con un crecimiento para este periodo de un 27,34%, como podemos ver en la tabla adjunta.

	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%	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	ACTUR	-	-	107.084		-	-
10B	Arrabal	-	-	27.477		-	-
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%

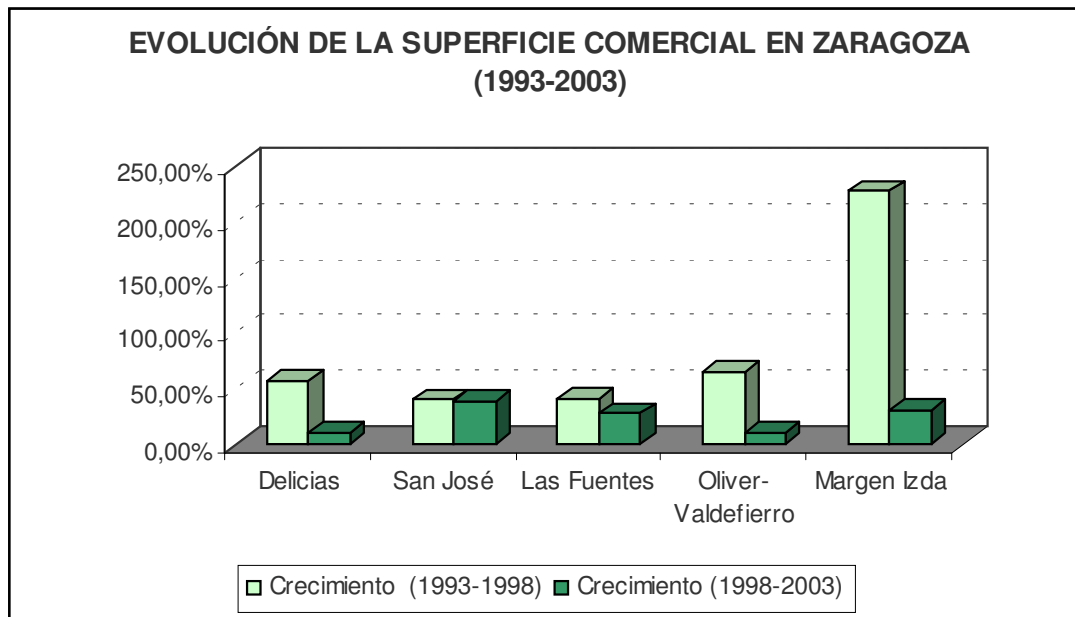
Analizando la evolución de la superficie comercial en el **periodo conjunto 1993-2003** destacar como la superficie comercial en el total del municipio de Zaragoza ha experimentado un crecimiento de un 82,91%. El distrito que más ha contribuido a alcanzar este alto porcentaje es la Margen Izquierda, que desde 1993 ha registrado un crecimiento en su superficie de venta de un 326,47%. Otros distritos en los que también se observa un considerable incremento son La

Almozara (94,63%), San José (94,30%) y Oliver-Valdefierro (80,87%). El resto de los distritos también han experimentado ese aumento de la superficie, siendo el Casco en el que menos se aprecia este incremento (10,61%).

Si realizamos un análisis más pormenorizado, únicamente para los distritos de Delicias, San José, Las Fuentes, Oliver-Valdefierro y Margen Izquierda, donde se han establecido desde el año 1993 diversas Grandes Superficies, podemos ver como su localización ha supuesto un importante aumento, como es obvio, de superficie comercial, relacionada tanto con la Gran Superficie como con otros establecimientos que han podido abrirse relacionados con su aparición.

Así, podemos ver como todos estos barrios crecen considerablemente, sobre todo en el **periodo 1993-1998**:

-)} La **Margen Izquierda**, la que tiene un ascenso vertiginoso, debido a que, sobre todo lo que es el Actur, es una zona bastante reciente en cuanto a urbanización por lo que deben comenzar de cero numerosos comercios que eran muy escasos en la zona. Por otro lado además, la aparición tanto de CARREFOUR en 1990, como HIPERCOR en 1997, hacen que la superficie en estos cinco años crezca más de un 200%.
-)} Otros barrios donde este periodo cuenta con fuerte crecimientos son sobre todo Oliver-Valdefierro y Delicias. En el caso de **Oliver-Valdefierro**, el crecimiento es de un 65% desde 1993 a 1998, crecimiento que tienen mucho que ver con la instalación del ALCAMPO en 1997, y a que, como ocurría en la Margen Izquierda, este barrio parte de una situación de partida donde se contaba con escasos comercios hasta principios de los noventa de los que se ha ido equipando muy lentamente a lo largo de la década pasada. El caso de **Delicias**, la apertura de CARREFOUR en 1995 ha sido el principal causante de este aumento de superficie, que representa durante el quinquenio 1993-1998, un crecimiento de un 57.6%.
-)} Tanto **San José** como **Las Fuentes**, han experimentado un crecimiento también considerable en cuanto a superficie comercial, aunque este no es debido en este caso por la ubicación de Grandes Superficies, si no a su buen desarrollo comercial, llegando a crecimientos para el periodo 1993-1998 de un 40% en ambos casos previos a la implantación de la gran superficie.



Durante el periodo siguiente **1998-2003**; los crecimientos en materia de superficie, son constantes pero menos elevados, así barrios como las **Delicias** y **Oliver Valdefierro**, crecen aunque de manera poco significativa durante este periodo, con unos porcentajes cercanos al 10%. Las principales variaciones se han producido en los siguientes distritos:

-)} Los barrios de San José, Margen Izquierda y Las Fuentes, los que crecen en mayor medida, **San José**, es el que más ha aumentado su superficie comercial en este periodo 1998-2003, con un 40%, debido en gran medida a la apertura del ALCAMPO UTRILLAS en el año 2001.
-)} **Margen Izquierda** con un 30% de crecimientos en estos años, es el segundo barrio considerado que más superficie comercial aumenta, como consecuencia de del crecimiento de la zona y de la presencia de las dos Grandes superficies abiertas con anterioridad y que han generado un gran dinamismo para la zona.
-)} **Las Fuentes**, con un crecimiento de su superficie comercial de un 27.34% desde 1998, este aumento es debido a la apertura de numerosos supermercados como Consum, Sabeco, Día, Caprabo ó Mercadona. Además, la existencia del Centro Comercial "Utrillas Plaza" ha influido en el comercio minorista de este barrio, desarrollado en las principales arterias como Miguel Servet, Compromiso de Caspe ó Salvador Minguijón.

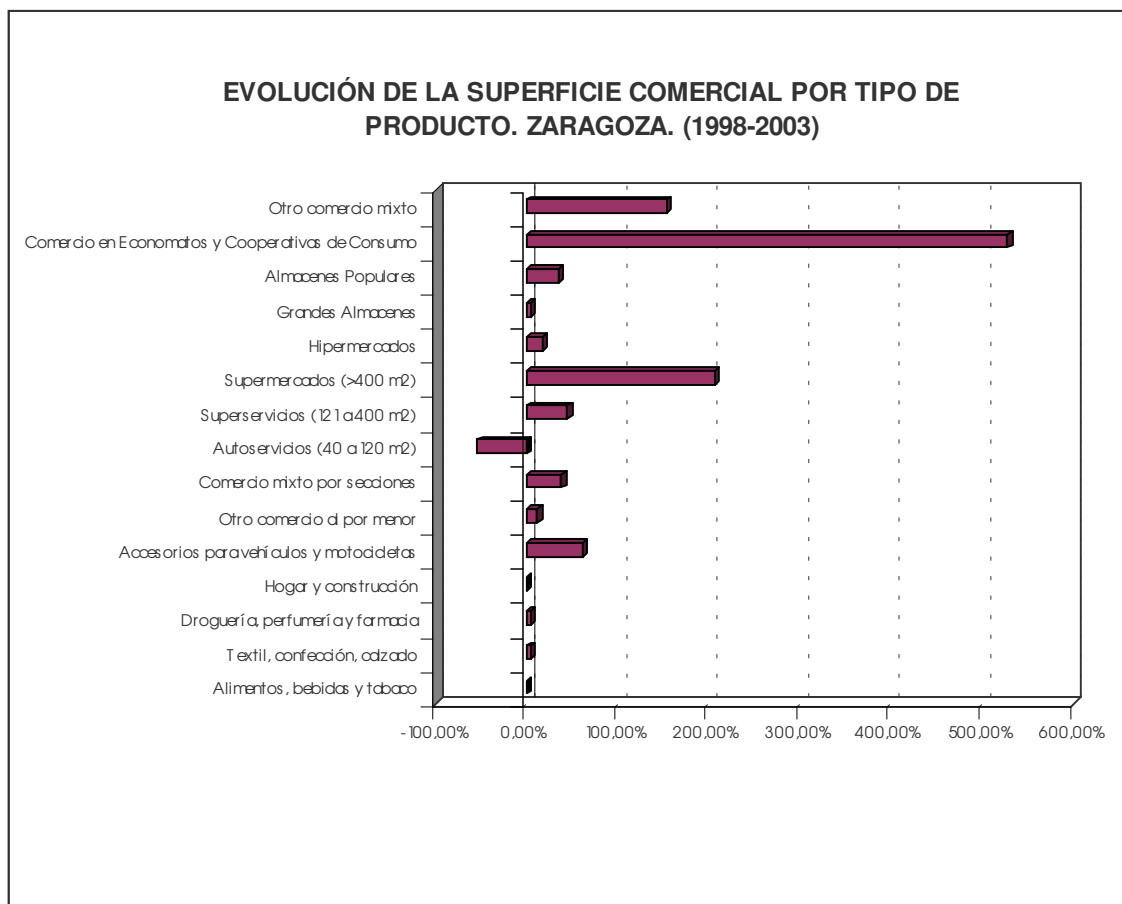
Evolución de la superficie de venta comercial por tipo de producto

Si tenemos en cuenta la evolución de la superficie de venta desde 1998, por tipo de producto, podemos apreciar importantes cambios en la estructura comercial de Zaragoza, de tal manera que se confirman algunos resultados observados en apartados anteriores.

-)} Así, los productos correspondientes a **bienes cotidianos**, es decir, los grupos 100, 200 y 300, se han estabilizado y no crecen desde 1998. Algo similar ocurre en sectores como Hogar y Construcción, donde además de paralizarse el crecimiento, se produce una cierta regresión, aunque poco significativa desde 1998.
-)} Otros grupos, sin embargo, experimentan fuertes crecimientos desde 1998, como es el caso de los Accesorios para Vehículos, con un aumento de casi un 62%, si bien es cierto que la superficie ocupada es todavía bastante escasa en relación con el resto de sectores.
-)} El **otro Comercio al por Menor** también aumenta su superficie en un 11.75%, comportamiento muy diferente al que tiene considerando el conjunto de Aragón.
-)} Mención aparte merece el **grupo 800**, relacionado con Otro Comercio Mixto por Secciones, que experimenta un crecimiento de un 38%. Dentro de este, el comportamiento de cada formato de comercio es muy diferente, pudiendo diferenciar:
 - o **Sectores del grupo 800 que han disminuido superficie**; las fórmulas de venta tipo Autoservicios, son las que más han disminuido su importancia en estos cinco años, además otras como los Grandes Almacenes y los Hipermercados, aunque prácticamente se han estabilizado, han dejado de funcionar tan bien como en años anteriores.
 - o **Sectores del grupo 800 que han aumentado superficie**; los comercios en Economatos y Cooperativas, así como los supermercados de tamaño inferior a 400 m² son los que han resultado más beneficiados en estos años, resultando más atractivos para los consumidores que claramente se decantan por estos formatos. El grupo 800, que incluye otro comercio mixto, aunque en menor medida, también ha tenido un importante crecimiento en la capital.

Clave	Descripción	SUPERFICIE DE VENTA 1998	SUPERFICIE DE VENTA 2003	% 98-03
100	Alimentos, bebidas y tabaco	83.872	83.646	-0,27%
200	Textil, confección, calzado	126.208	131.401	4,11%
300	Droguería, perfumería y farmacia	30.908	32.216	4,23%
400	Hogar y construcción	167.375	166.837	-0,32%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	4.567	7.391	61,83%
700	Otro comercio al por menor	81427	90.994	11,75%
800	Comercio mixto por secciones	206.351	284.757	38,00%
810	Autoservicios (40 a 120 m2)	8.058	3.734	-53,66%
820	Superservicios (121 a 400 m2)	12.884	18.632	44,61%
830	Supermercados (>400 m2)	17.882	54.752	206,18%
840	Hipermercados	63.725	75.130	17,90%
850	Grandes Almacenes	59.869	62.459	4,33%
860	Almacenes Populares	35.098	47.400	35,05%
870	Comercio en Economatos y Cooperativas de Consumo	62	389	527,42%
880	Otro comercio mixto	8.775	22.261	153,69%
	TOTAL	700.708	797.242	13,78%

(No se han considerado los barrios rurales)



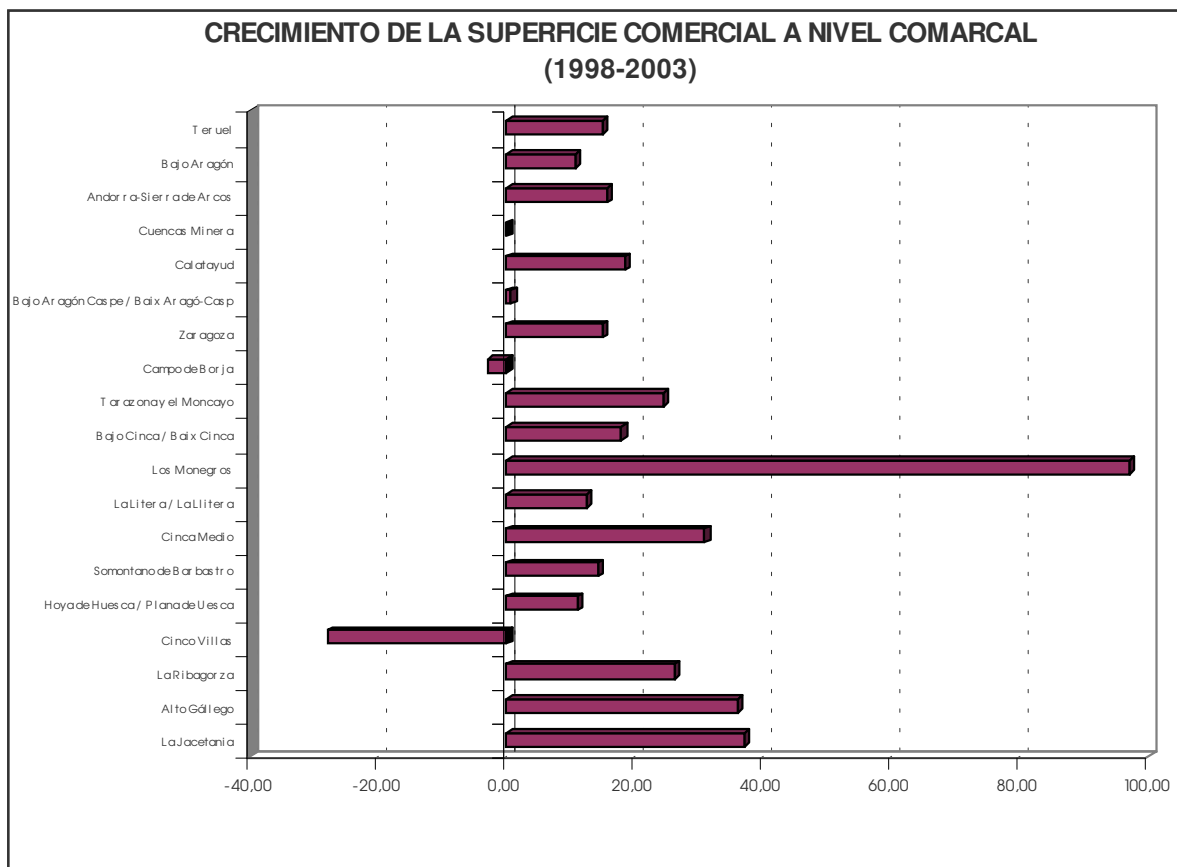
ARAGÓN: PRINCIPALES DATOS A NIVEL COMARCAL

En cuanto al reparto de superficie comercial a nivel de comarcas, los principales contrastes se encuentran entre la comarca de Zaragoza y el resto de ellas, ya que la influencia de la capital aragonesa hace disparar los datos contando con más de 900.000 m² de superficie comercial, siendo el total de superficie registrado en Aragón de 1.640.141 m².

Sin embargo si tenemos en cuenta los datos del resto de comarcas, y de forma prioritaria, los de aquellas que han visto aumentar su superficie debido a la instalación de Grandes Superficies, las principales variaciones son las siguientes:

- l La superficie comercial por comarcas ha experimentado en general un crecimiento para casi todas las comarcas desde 1998, salvo en el caso de **Cuencas Mineras, Campo de Borja**, y de manera destacada en la comarca de las **Cinco Villas**, donde el descenso de superficie dedicada al comercio ha descendido en cinco años en casi 14.000 m², situándose en 35.426 m².
- l Otras comarcas que pierden superficie de manera vertiginosa son: **Campo de Daroca**, que en sólo cinco años se ha reducido un 26,70%, **Campo de Belchite**, que disminuye hasta 2003 en un 22.94%.
- l La mayoría de las comarcas, sin embargo, aumentan su superficie, algunas de ellas además sin contar con nuevas Grandes Superficies, como es el caso de **Bajo Martín**, que ha crecido en los últimos cinco años un 66,38% su superficie comercial. En menor medida, también ha mejorado su condición la comarca de **Monegros**, con un 96.9% y la del **Matarraña**, creciendo un 73,79% su superficie dedicada a comercio.
- l También otras comarcas en las que se han abierto Grandes Superficies en estos últimos cinco años, han aumentado su superficie comercial, como es el caso de **Jacetania**, que ha crecido un 36.85% en gran medida debido a la apertura en 2001 y 2002 de dos Grandes Superficies. Lo mismo ocurre en la comarca del **Alto Gállego**, que además de tratarse de una zona muy turística que beneficia al sector, se ha abierto un MERCADONA en 2002, lo que ha colaborado a un aumento de la superficie de un 36.04%.

COMARCA	Superficie de Venta 1998	Superficie de Venta 2003	% Crecimiento 1998-2003
La Jacetania	30.525	41.776	36.85
Alto Gállego	15.058	20.486	36.04
Sobrarbe	7.531	7.617	1.14
La Ribagorza	12.326	15.535	26.03
Cinco Villas	49.090	35.426	-27.84
Hoya de Huesca / Plana de Uesca	77.503	86.178	11.19
Somontano de Barbastro	37.545	42.849	14.12
Cinca Medio	29.117	38.107	30.87
La Litera / La Llitera	25.200	28.318	12.37
Los Monegros	19.302	38.006	96.9
Bajo Cinca / Baix Cinca	23.558	27.774	17.89
Tarazona y el Moncayo	13.271	16.522	24.49
Campo de Borja	12.023	11.651	-3.1
Aranda	3.955	5.602	41.64
La Ribera Alta del Ebro	14.840	15.088	1.67
Valdejalón	16.121	18.346	13.8
Zaragoza	783.644	900.231	14.87
La Ribera Baja del Ebro	7.913	7.768	-1.84
Bajo Aragón Caspe / Baix Aragó-Casp	14.760	14.864	0.7
Calatayud	33.970	40.245	18.47
Campo de Cariñena	6.755	7.568	12.03
Campo de Belchite	4.412	3.400	-22.94
Campo de Daroca	8.844	6.483	-26.7%
Bajo Martín	18.470	31.099	68.38%
Jiloca	12.838	14.577	13.54
Cuencas Minera	10.914	10.877	-0.34
Andorra-Sierra de Arcos	17.207	19.896	15.62
Bajo Aragón	41.123	45.456	10.53
Teruel	54.457	62.528	14.82
Maestrazgo	2.195	3.346	52.43
Sierra de Albarracín	4.207	4.809	14.3
Gúdar-Javalambre	6.318	7.327	15.97
Matarraña / Matarranya	5.976	10.386	73.79
TOTAL ARAGÓN	1.420.968	1.640.141	15.42



Evolución de la superficie de venta comercial por tipo de producto

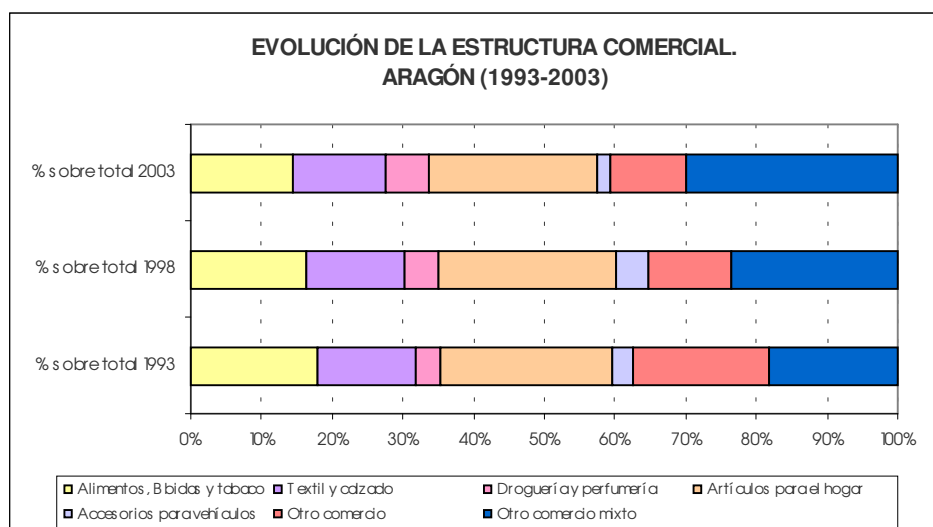
Respecto a la evolución de la estructura comercial de Aragón, las mayores variaciones se observan en el periodo 1998-2003, pudiéndose observar algunos cambios entre los que destacan los siguientes sectores:

- **Alimentación, bebidas y tabaco**; que ha disminuido en los últimos diez años 3,4%, se comporta de forma similar que en la ciudad de Zaragoza.
- **Otro comercio al por menor**; disminuye en gran medida desde 1993, en casi diez puntos. Estos comercios más específicos pierden gran importancia en las comarcas.
- **Comercio mixto por secciones**; desde 1993, este tipo de comercio duplica su porcentaje, siendo sobre todo los subgrupos de hipermercados, grandes almacenes y supermercados mayores de 400 m² los que más han incrementado su peso en el conjunto.

Clave	Descripción	% sobre total del grupo 1993	% sobre total del grupo 1998	% sobre total del grupo 2003
100	Alimentos, bebidas y tabaco	17.9%	16.4%	14,43%
200	Textil, confección, calzado	13.8%	13.9%	13,00%
300	Droguería, perfumería, farmacia	3.6%	4.7%	6,21%
400	Hogar y construcción	24.2%	25.2%	23,77%
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	3%	4.5%	1,84%
700	Otro comercio al por menor	19.2%	11.9%	10,83%
800	Comercio mixto por secciones	18.3%	23.4%	29,91%
810	Autoservicios	2.1%	1.9%	1,81%
820	Superservicios	3.5%	3.2%	2,60%
830	Supermercados	3.5%	2.8%	5,38%
840	Hipermercados	1.7%	6.5%	6,11%
850	Grandes Almacenes	4.1%	3.1%	4,62%
860	Almacenes Populares	1.3%	4.1%	4,10%
870	Cooperativas	0.3%	0.2%	0,76%
880	Otro comercio mixto por secciones	1.8%	1.5%	4,53%
TOTAL		100%	100%	100%

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.

- Para el periodo **1998-2003**; destaca el incremento de la superficie de venta de los supermercados mayores de 400 metros además del referente a otro comercio mixto de grandes superficie (OPENCOR, SCHLECKER, TODO 100)
- Si la comparativa se realiza en un periodo de diez años, **1993-2003**, la tendencia más destaca es la pérdida porcentual de peso del formato de cooperativas, que han perdido casi un 30%. Los hipermercados sin embargo, han aumentado su importancia con un 4.41 %.



7.1.3. Evolución de los principales ratios de equipamiento comercial

Los ratios de equipamiento comercial también son muy significativos para conocer cual ha sido la influencia de la implantación de Grandes Superficies, realizando el presente análisis tanto para la ciudad de Zaragoza como para las comarcas.

ZARAGOZA

Índice de Dotación Comercial

Este índice representa el número de establecimientos por cada mil habitantes:

$$\vartheta \quad \text{Índice de dotación comercial} = \frac{\text{n}^\circ \text{ establecimientos}}{1000 \text{ habitantes}}$$

La evolución experimentada por este índice desde 1993, ha experimentado cambios significativos en los diferentes distritos de la capital, destacando los siguientes:

- **Distritos que han disminuido el índice de dotación comercial;** como es el caso del Casco, que ha disminuido sus comercios desde 1993, el Ensanche ó Oliver-Valdefierro.
- **Distritos que han aumentado el índice de dotación comercial;** el Centro es el distrito que cuenta con mayor índice de dotación comercial y que además lo ha visto incrementado en los últimos años. El resto de los distritos también aumentan el número de comercios por cada mil habitantes en mayor o menor medida. La Margen Izquierda, sin embargo, se mantiene estable desde 1993, debido a que, aunque el número de comercios ha aumentado considerablemente, también lo ha hecho la población que allí reside.

	DISTRITO	Índice de dotación comercial 1993	Índice de dotación comercial 1998	Índice de dotación comercial 2003
1	Casco	27,0	30,3	25,79
2	Centro	23,0	25,9	26,49
3	Delicias	14,8	16,4	17,05
4	Ensanche	13,3	15,4	13,22
5	San José	12,7	14,4	14,93
6	Las Fuentes	14,2	15,8	17,65
7	La Almozara	7,3	9,2	9,44
8	Oliver-Valdefierro	8,4	8,6	7,79

DISTRITO		Indice de dotación comercial 1993	Indice de dotación comercial 1998	Indice de dotación comercial 2003
9	Torrero-La Paz	12,7	13,7	14,00
10	Margen Izquierda	8,4	8,9	8,44
11	Barrios Rurales Norte	-	-	8,26
12	Barrios Rurales Oeste	-	-	15,47
TOTAL ZARAGOZA		14,5	15,8	15,09

Indice de Superficie Comercial

Este índice relaciona los metros cuadrados de superficie de venta con los habitantes:

$$\text{Indice de superficie comercial} = \frac{m^2 \text{ superficie venta}}{1000 \text{ habitantes}}$$

Presenta variaciones importante en función de los diferentes distritos de la ciudad, sin embargo en todos los barrios este índice ha aumentado desde 1993, siendo en algunos casos un crecimiento mucho más importante.

- **Distritos que han aumentado de forma importante el índice de superficie comercial;** Es el caso de la **Margen Izquierda**; donde se ha pasado de un índice en 1993, de 387,7, a un 1164,21 en 2003. Otros distritos que también aumentan su índice en gran medida son **San José y Las Fuentes** duplicando el número de metros cuadrados por cada mil habitantes en ambos casos desde 1993.
- **Distritos que han incrementado en menor medida el índice de superficie comercial.** Los distritos que menos han aumentado el Índice de Superficie Comercial son: **Torrero – La Paz**, que han aumentado 200 m² en los últimos diez años, y el **Ensanche** que ha pasado de tener un índice de 601.2 en 1993 a 907.44 en 2003.

DISTRITO		Indice de superficie comercial 1993	Indice de superficie comercial 1998	Indice de superficie comercial 2003
1	Casco	1456,4	1.859,0	1.632,78
2	Centro	1988,7	2.719,3	3.054,28
3	Delicias	826,6	1.305,9	1.467,29
4	Ensanche	601,2	928,3	907,44
5	San José	565,7	828,3	1.178,80
6	Las Fuentes	534,2	762,1	1.022,78
7	La Almozara	328,6	509,9	690,62
8	Oliver-Valdefierro	800,1	1.235,2	1.228,00
9	Torrero-La Paz	459,6	584,0	660,01

DISTRITO		Indice de superficie comercial 1993	Indice de superficie comercial 1998	Indice de superficie comercial 2003
10	Margen Izquierda	387,7	1.073,1	1.164,21
11	Barrios Rurales Norte	-	-	586,24
12	Barrios Rurales Oeste	-	-	2.313,59
TOTAL ZARAGOZA		807,6	1.226,7	1.348,15

ARAGÓN: PRINCIPALES DATOS A NIVEL COMARCAL

Indice de Dotación Comercial

Los principales datos a nivel comarcal en relación con el Índice de Dotación Comercial en los años 1998-2003, ofrecen resultados diferenciados en función de la comarca:

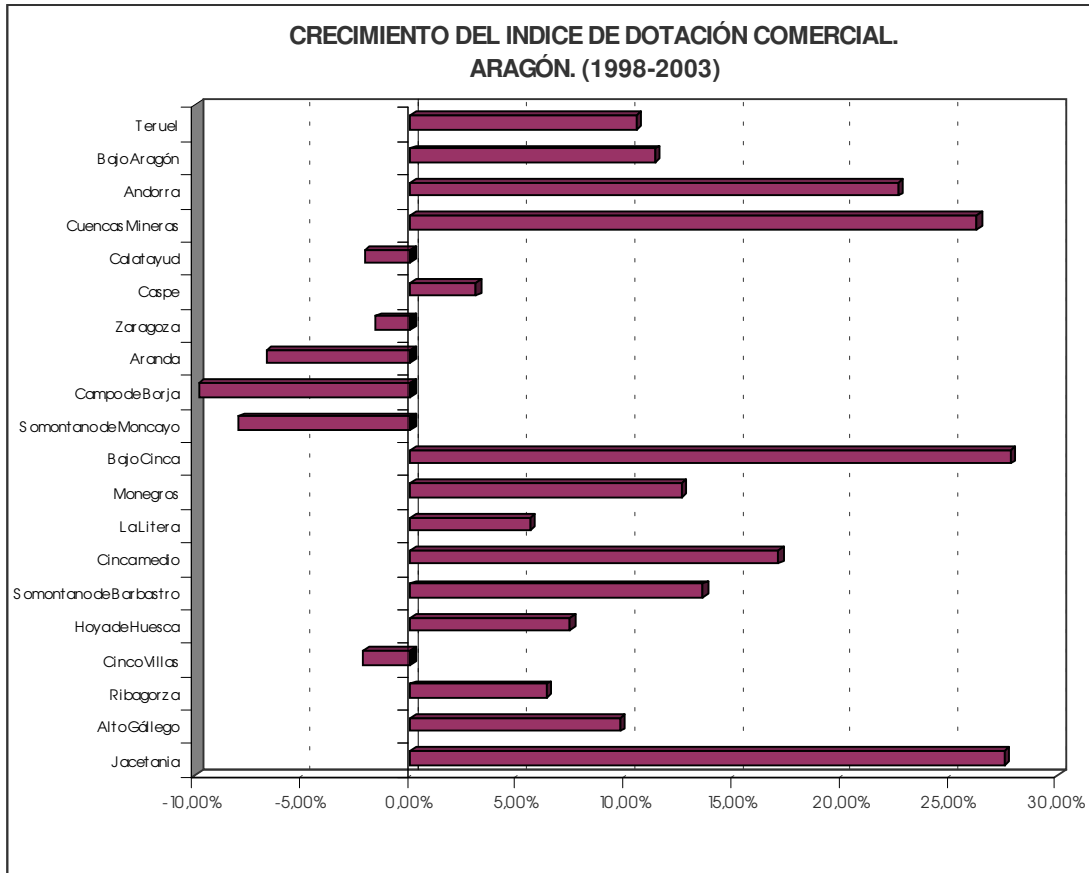
- De tal modo que los **valores más altos** para el 2003, se dan en comarcas como Jacetania, Alto Gállego, Somontano de Barbastro, ó Matarraña, con índices superiores a 20.
- Sin embargo, los **valores más bajos**, se alcanzan en comarcas próximas a Zaragoza, e incluso en la propia comarca de Zaragoza, puesto que en este caso la concentración de población es muy alta. Comarcas como Aranda, Ribera Alta del Ebro, Valdejalón ó Ribera Baja, cuentan con unos valores para el índice de dotación que rondan el 14. Su baja proporción de número de establecimientos por cada mil habitantes, puede deberse a la gran proximidad de estas comarcas a Zaragoza, que crean una gran dependencia de la capital.

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

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

Si analizamos de manera más específica las comarcas en las que se han instalado Grandes Superficies, podemos ver que de la misma manera, la evolución de estas con respecto al índice de dotación comercial, desde 1998, ha sido muy dispar.

- Así, comarcas como Jacetania, Bajo Cinca y Cuencas Mineras, han incrementado en más de un 25% la proporción de establecimientos comerciales por habitantes en los últimos cinco años.
- La mayoría de las comarcas, aunque no han experimentado un incremento tan fuerte, si han mejorado su dotación comercial de manera importante, como es el caso de Andorra, Cinca Medio, Sierra de Albarracín o Somontano de Barbastro .
- En menor medida, aparecen una serie de delimitaciones comerciales, que a pesar de haber implantado Grandes Superficies en los últimos años, no han conseguido mantener el índice de dotación comercial con el que contaban en 1998, e incluso para 2003, ha descendido, este es el caso sobre todo de Campo de Borja, Aranda y Tarazona y el Moncayo, que han descendido entre un 5 y un 10% su dotación comercial.



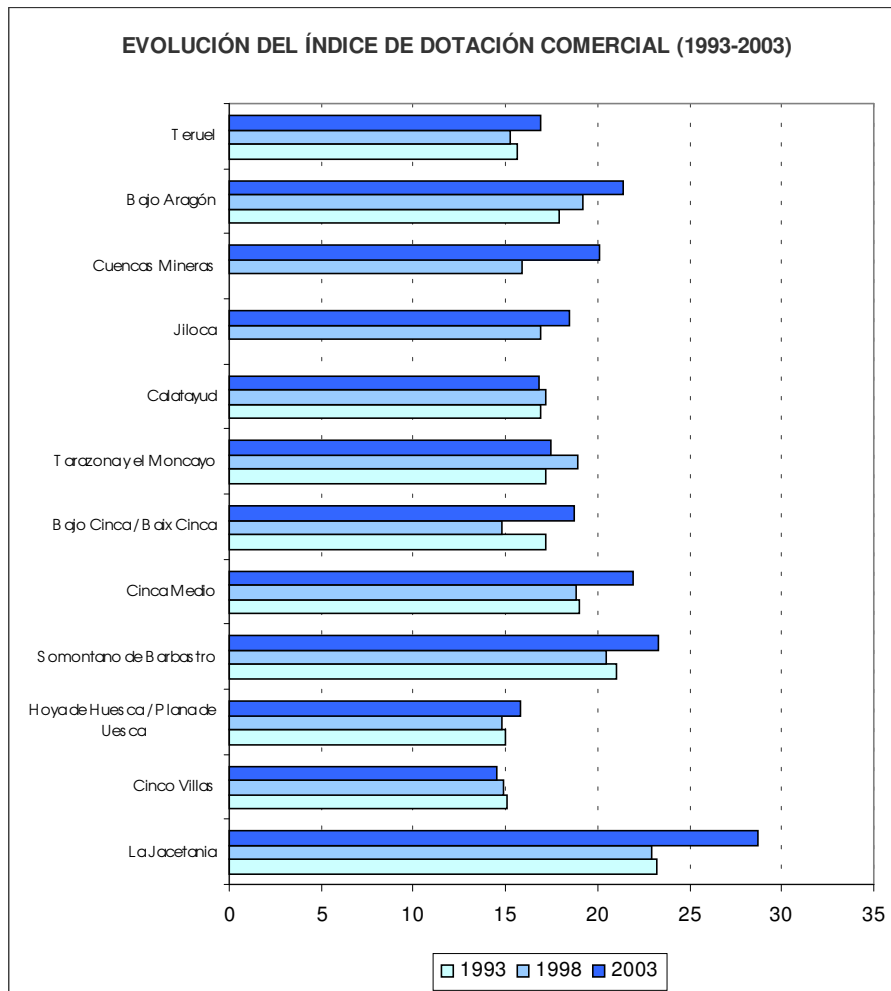
Índice de Dotación Comercial (variación 1993-2003)

En el gráfico que se muestra a continuación se muestra la variación que ha experimentado la evolución del índice de dotación comercial en el periodo 1993-2003. La tendencia de este índice para la mayoría de las comarcas ha sido de un crecimiento paulatino, siendo éste más significativo en el último quinquenio.

Las comarcas de **Calatayud** y las **Cinco Villas** se han mantenido en el mismo nivel de dotación comercial, llegando incluso a disminuir ligeramente. En el resto de las comarcas se aprecia el incremento en mayor o menor medida, del índice de dotación comercial.

Incrementos significativos de alrededor de 5 puntos con respecto a 1998 los experimentan las comarcas de **Cuencas Mineras**, **Bajo Cinca** y **Cinca Medio**. Sin embargo, la evolución más importante es para la comarca de la **Jacetania**, cuyo índice de dotación comercial sufre un incremento de cerca de 10 puntos en el periodo 1993-2003.

Del mismo modo es también esta comarca, la **Jacetania**, la que cuenta con el mayor incremento del dicho índice en 2003 (29%), seguido de las comarcas de **Somontano de Barbastro** (23%) y **Cinca Medio** (22%).



Índice de Dotación Comercial por tipos de actividad

Si analizamos la evolución del índice de dotación comercial para todo Aragón desde 1993, en lo que respecta a grupos de actividad, el principal incremento corresponde al grupo 800 mientras que en el caso del grupo 100 (Alimentación, Bebidas y Tabaco) se ha reducido significativamente, otros grupos también se han visto reducidos, aunque en menor medida, como son los del Otro Comercio al por Menor ó los Accesorios de Vehículos.

Clave	Descripción	Índice de dotación comercial 1993	Índice de dotación comercial 1998	Índice de dotación comercial 2003
100	Alimentos, bebidas y tabaco	6,90	6,85	6,50
200	Textil, confección, calzado	2,72	2,81	2,81
300	Droguería, perfumería y motocicletas	0,97	1,10	1,12
400	Hogar y construcción	1,86	1,93	2,15
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	0,18	0,22	0,13
700	Otro comercio al por menor	2,89	2,38	2,47
800	Comercio mixto por secciones	0,64	0,77	1,32
TOTAL ARAGÓN		16,16	16,05	16,50

Índice de Superficie Comercial

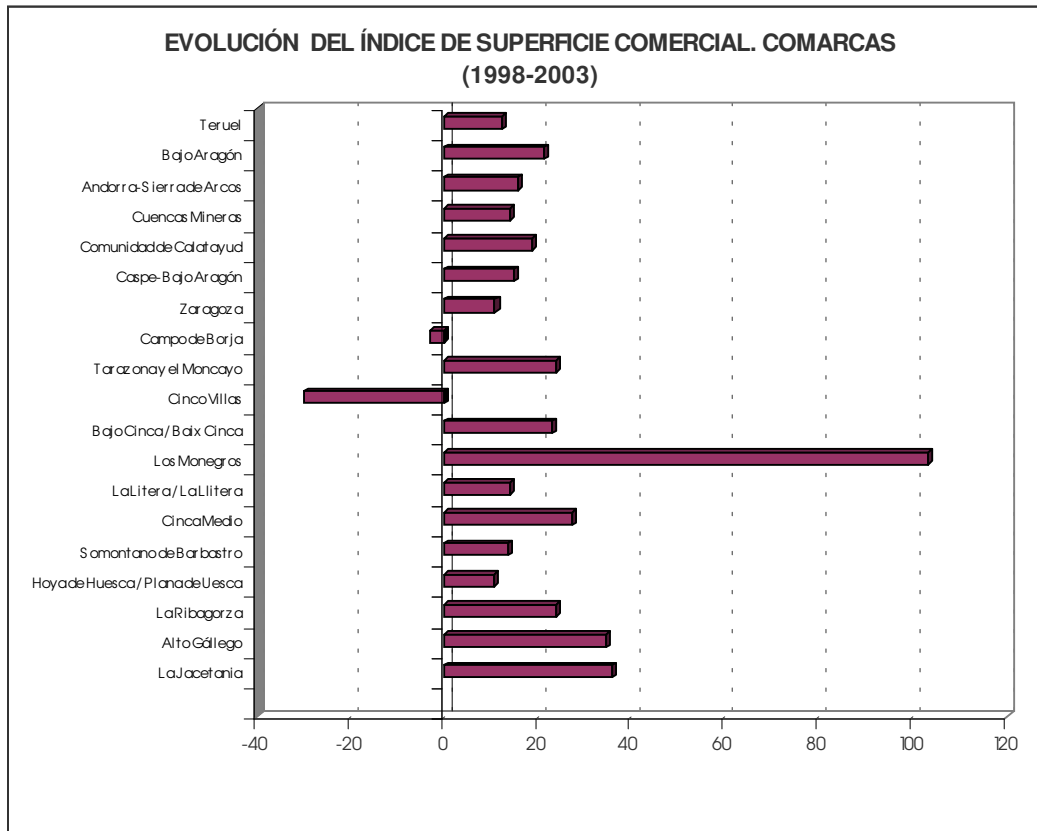
En cuanto al índice de superficie comercial de Aragón, las diferencias entre comarcas son muy significativas, si bien en estos últimos cinco años, en la mayoría de ellas la superficie comercial ha ido en aumento y por tanto es positiva en la mayoría de los casos.

COMARCA	Índice de superficie comercial 1998.	Índice de superficie comercial 2003	Diferencia %
01 La Jacetania	1840,7	2.499,76	35.8
02 Alto Gállego	1.235,9	1.662,82	34.54
03 Sobrarbe	1.106,5	1.111,32	0.43
04 La Ribagorza	1.036,2	1.280,81	23.6
06 Hoya de Huesca / Plana de Uesca	1.294,8	1.430,93	10.51
07 Somontano de Barbastro	1.657,5	1.884,30	13.68
08 Cinca Medio	1.333,0	1.698,10	27.38
09 La Litera / La Llitera	1.331,4	1.517,09	13.94
10 Los Monegros	1.007,4	2.045,43	103.04
11 Bajo Cinca / Baix Cinca	1.052,5	1.295,24	23.06
05 Cinco Villas	1.549,0	1.084,39	-29.99
12 Tarazona y el Moncayo	934,1	1.156,44	23.8
13 Campo de Borja	840,6	813,28	-3.25
14 Aranda	485,5	698,68	43.9
15 Ribera Alta del Ebro	684,8	668,68	-2.35
16 Valdejalón	745,3	773,41	3.77
17 Zaragoza	1.226,1	1.357,94	10.75
18 Ribera Baja del Ebro	884,0	824,80	-6.69
19 Caspe-Bajo Aragón	1.026,5	1.179,31	14.88
20 Comunidad de Calatayud	843,5	1.001,49	18.73
21 Campo de Cariñena	717,7	720,69	0.41
22 Campo de Belchite	759,2	617,62	-18.64
24 Campo de Daroca	1.193,5	978,86	-17.98

23	Bajo Martín	2.339,8	4.212,24	80.02
25	Jiloca	894,4	1.054,09	17.85
26	Cuencas Mineras	993,1	1.132,55	14.04
27	Andorra-Sierra de Arcos	1.541,7	1.782,00	15.58
28	Bajo Aragón	1.395,2	1.692,77	21.32
29	Teruel	1.286,9	1.444,97	12.28
30	Maestrazgo	864,2	904,32	4.64
31	Sierra de Albarracín	906,5	969,36	6.93
32	Gúdar-Javalambre	808,2	928,41	14.87
33	Matarraña / Matarranya	850,8	1.196,27	40.6
TOTAL ARAGÓN		1.196,6	1.347,12	16.71

Si observamos con mayor detenimiento el comportamiento de aquellas comarcas que han contado con implantación de Grandes Superficies comerciales, la evolución que han tenido desde 1998 ha sido bastante positiva, pudiendo destacar los siguientes comportamientos:

- Comarcas que han **aumentado la superficie comercial**; como Monegros, que ha aumentado la superficie un 103%, doblando su superficie en sólo cinco años. Otras que también han aumentado su superficie, aunque de manera más comedia, han sido Tarazona y el Moncayo, Bajo Aragón, Cinca Medio ó Bajo Cinca, con porcentajes superiores al 20%.
- Otras comarcas que **han disminuido su índice de superficie comercial**; principalmente Cinco Villas que ha decrecido cerca de un 30%. En mucha menor medida, ha disminuido la comarca del Campo de Borja, que prácticamente se mantiene igual que en 1998 (-3%)



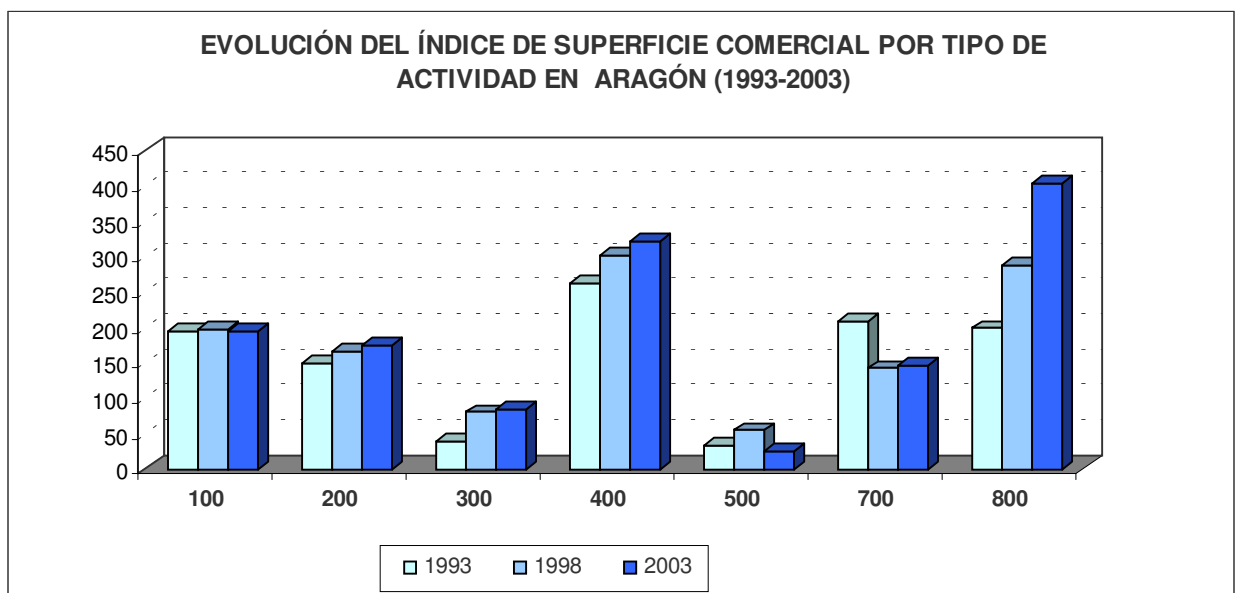
Índice de Superficie Comercial por tipos de actividad

En cuanto a la variación del índice de superficie comercial por grupos de actividad, se observa un incremento en la mayoría de dichos grupos en el periodo 1993-2003.

Un comportamiento contrario es el experimentado por los grupos 500, Accesorios para vehículos y motocicletas y 700, Otro comercio al por menor que desde 1993 han sufrido una disminución de dicho índice. Sin embargo, la evolución de ambos grupos se muestra diferente ya que el grupo 700 se ha ido recuperando en el último quinquenio; no así con el grupo 500 que es en este último periodo cuando la disminución es más significativa.

El crecimiento más importante es el experimentado por el grupo 800, Comercio mixto por secciones, que ha incrementado su índice de superficie comercial de 198 a 402,89 en el periodo 1993-2003. Del mismo modo, es también destacable el incremento experimentado por el grupo 400, Hogar y construcción (de 261 a 320,26).

Clave	Descripción	Índice de superficie comercial 1993	Índice de superficie comercial 1998	Índice de superficie comercial 2003
100	Alimentos, bebidas y tabaco	194	196,10	194,41
200	Textil, confección, calzado	149	166,60	175,18
300	Droguería, perfumería y farmacia	39	79,54	83,66
400	Hogar y construcción	261	301,23	320,26
500	Accesorios para vehículos y motocicletas	33	54,25	24,80
700	Otro comercio al por menor	208	141,84	145,92
800	Comercio mixto por secciones	198	287,38	402,89
TOTAL ARAGÓN		1.082,00	1.227,00	1.347,12



7.1.4. Evolución del empleo en el comercio

Conocer la evolución del empleo en el comercio nos hace ver la importancia que tiene el sector en la economía aragonesa, además de poder intuir en cierta manera, la influencia que tienen sobre el sector la aparición de Grandes Superficies, para ello, a continuación se analiza la evolución de estos empleos tanto en Zaragoza como para el resto de Aragón a partir de la información registrada en el Censo de Establecimientos Comerciales Minoristas de Aragón.

ZARAGOZA CAPITAL

De acuerdo con los datos del comercio minorista para la ciudad de Zaragoza, y desagregados a nivel de distritos, se comprueba que la evolución del número de empleados desde 1993 para Zaragoza ha seguido diferentes tendencias según los barrios, de tal modo que algunos han aumentado los empleos y otros que los han disminuido de una manera importante.

- **Barrios que han disminuido el número de empleos;** aquellos como el Casco, que están perdiendo en los últimos diez años unos 200 empleos, o como el Ensanche, que aunque en el último quinquenio se ha estabilizado bastante, llegando a perder en el periodo 1993-2003 unos 50 empleos.
- **Barrios que han aumentado el número de empleos;** este aumento de empleos está íntimamente relacionado con el aumento del dinamismo comercial de la zona, de tal modo que algunos barrios que han visto crecer en gran medida el empleo han sido la Margen Izquierda ó Oliver-Valdefierro.

DISTRITO	EMPLEADOS 1993	EMPLEADOS 1998	EMPLEADOS 2003	% 93-98	% 98-03	% 93-03
1 Casco	2.698	2.632	2.468	-2,44%	-6,23%	-8,52%
2 Centro	3.657	4.149	4.380	13,45%	5,57%	19,77%
3 Delicias	3.371	4.317	4.528	28,06%	4,89%	34,32%
4 Ensanche	1.754	2.028	1.708	15,62%	-15,78%	-2,62%
5 San José	2.003	2.167	2.390	8,18%	10,29%	19,32%
6 Las Fuentes	1.175	1.311	1.446	11,57%	10,30%	23,06%
7 La Almozara	348	435	541	25%	24,37%	55,46%
8 Oliver-Valdefierro	431	697	632	61,71%	-9,33%	46,64%
9 Torrero-La Paz	696	760	778	9,19%	2,37%	11,78%
10 Margen Izquierda	1.163	2.207	2.908	89,76%	31,76%	150,04%
11 Barrios Rurales Norte	-	-	293	-	-	-
12 Barrios Rurales Oeste	-	-	401	-	-	-
TOTAL ZARAGOZA	17.296	20.703	22.473	19,69%	8,55%	29,93%

Como conclusión, podemos observar en la tabla anterior son los distritos en los que se han implantado Grandes Superficies, en los que más ha crecido en número de empleos, si exceptuamos La Almozara, que aunque ha tenido un crecimiento alto, el valor absoluto es de

200 empleos más que en 1993 y si tenemos en cuenta la zona del Casco, que ha visto aumentar los empleos en algo más de 700, desde 1993, debido a que es el barrio comercial por excelencia.

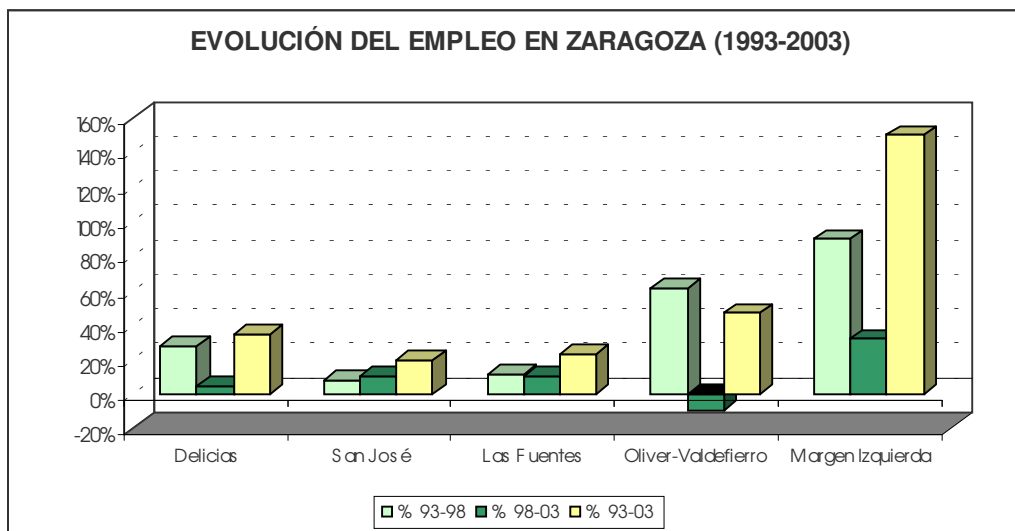
En general, los barrios que han visto establecerse Grandes Superficies, han aumentado el número de empleos de manera considerable en el periodo 1993-2003, aunque en diferente proporción dependiendo de los barrios;

- **Margen Izquierda**; es sin duda el distrito que ha experimentado un mayor despegue en el sector del comercio. Su fuerte crecimiento poblacional de los últimos años, y la instalación de superficies como CARREFOUR o HIPERCOR en la década de los noventa, ha favorecido que el número de empleos haya crecido de 1.163, en 1993 a 2.908, en 2003, siendo este un crecimiento de un 150%.
- **Oliver-Valdefierro**, también ha experimentado un gran aumento en el número de empleos, lo que refleja una mayor dinamización comercial de este distrito que ha pasado de 431 empleos en 1993, a 632 para el año 2003, un crecimiento importante para un barrio tradicionalmente con poco desarrollo comercial, donde en 1997 se estableció ALCAMPO-LOS ENLACES.
- **Delicias, San José y Las Fuentes**; son barrios tradicionalmente con un buen desarrollo comercial, sobre todo Delicias, que es el barrio con mayor número de empleos en el sector de toda la ciudad y cuyo crecimiento continua muy fortalecido con un 34% en los últimos diez años. San José y Las Fuentes, también han tenido un crecimiento estable desde 1993, rondando el 20%.

Desglosando la evolución experimentada del empleo en los distritos para cada quinquenio, se observa que la mayor repercusión en lo que serán los niveles de empleo que se dan en la actualidad, tiene lugar en sobre todo en el periodo 1993-1998. Si analizamos esta evolución en el total de Zaragoza, se observa que del incremento del casi 30% en el periodo 1993-2003, dos terceras partes de dicho aumento (19,69%) tienen lugar en el primer periodo.

Un comportamiento similar se particulariza en cada uno de los distritos. Es destacable el comportamiento experimentado en la **Margen Izquierda**, que del incremento total que experimenta el empleo (150,04%), el 89,76% se produce en el primer quinquenio y el resto (31,76%) en el segundo.

Mencionar el comportamiento del distrito **Oliver-Valdefierro**. Se observa un crecimiento total del empleo del 46,64%, aun con la disminución sufrida en el último periodo de 9,33%, caída que puede ser consecuencia del gran incremento que experimentó este barrio en el periodo 1993-1998



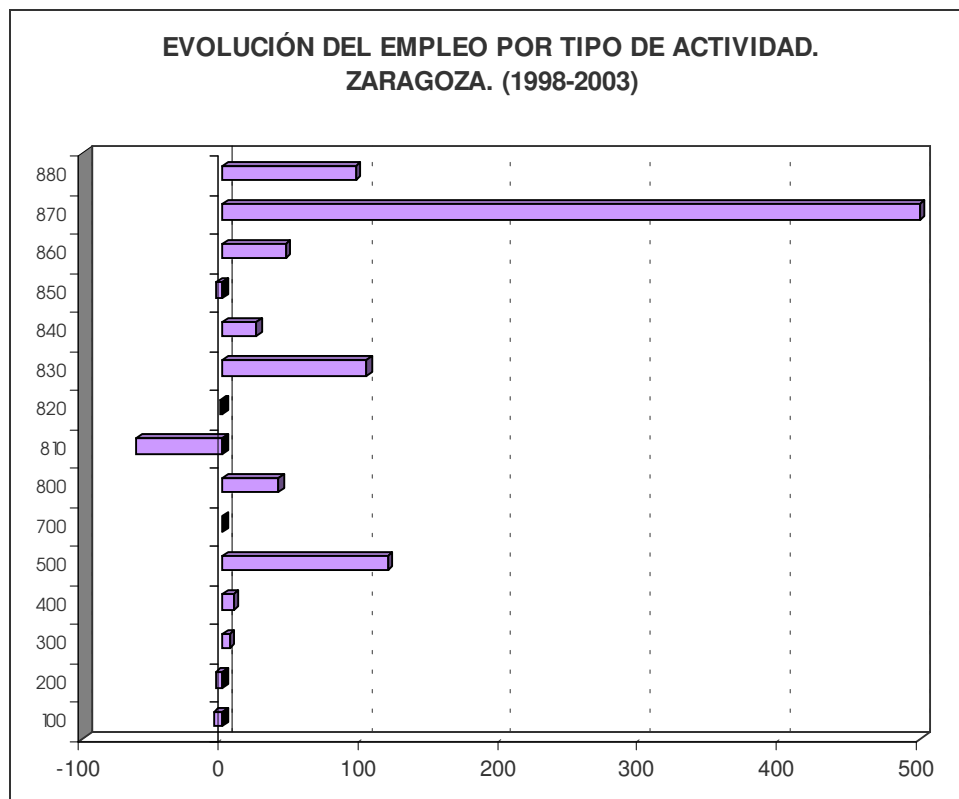
Evolución del empleo por tipo de actividad

Por tipo de actividad, los grupos que más han aumentado el número de empleos en los últimos años son el 500 y el 800.

CLAVE	1998	2003	Comparativa 98-03
100	5007	4688	-6,37%
200	3900	3693	-5,30%
300	1176	1232	4,76%
400	2804	3026	7,92%
500	88	192	118,18%
700	3689	3684	-0,13%
800	4040	5664	40,19%
810	222	84	-62,16%
820	290	285	-1,72%
830	624	1267	103,04%
840	1014	1261	24,36%
850	1013	966	-4,64%
860	637	925	45,21%
870	3	15	500%
880	236	461	95,33%

- En relación al **grupo 500**, Accesorios de Vehículos y Motocicletas, el crecimiento ha sido de un 118% en sólo cinco años, aunque el número de empleos, en relación con todo el comercio es poco representativo, llegando en el año 2003 a 192 para el total de la capital (sin tener en cuenta los barrios rurales).

- Sin embargo, es el **grupo 800** el que mayor representatividad alcanza en cuanto a empleos en todo el sector, puesto que cuenta en el año 2003 con 5.664 puestos de trabajo. Además su crecimiento en los últimos años es ascendente, de tal manera que ha supuesto con respecto a 1998, un aumento del 40%.
 - o Dentro de este grupo 800, existen grandes diferencias entre los subgrupos de tal manera que en sólo cinco años, el formato **Supermercado, Otro Comercio Mixto y los Almacenes Populares** han crecido en cuanto a empleos de forma importante, también ha experimentado un gran aumento de puestos de trabajo los **Economatos** y las **Cooperativas de Consumo** (870) aunque su representación dentro del grupo 800 y dentro de todo el sector comercio es muy escaso y poco representativo.
 - o También perteneciente al grupo 800, se encuentra el subgrupo de **Autoservicio** (810), que lejos de generara nuevo empleo, desciende en un 63%, confirmando que este tipo de establecimientos está perdiendo importancia dentro del sector.
- Los **grupos 100, 200 y 300** se mantienen en algunos casos (caso de Droguería y perfumería) y en otro tienden a descender aunque de forma paulatina (entre un 5% y un 6%), aunque siguen siendo sectores que ocupan a gran parte los empleados del comercio.



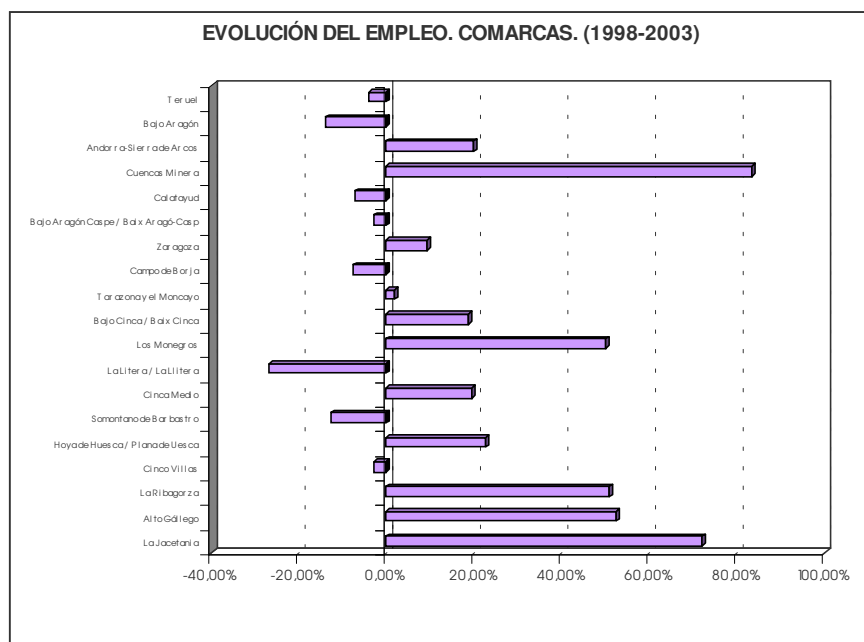
ARAGÓN: PRINCIPALES DATOS A NIVEL COMARCAL

Evolución del empleo por comarcas

Si tenemos en cuenta los datos del total de Aragón, se produce un incremento positivo de la población empleada en el comercio minorista de un valor absoluto de 5.882 personas, que representa un porcentaje total del 19%.

El comportamiento del empleo por comarcas ha sido muy diferente desde 1998 incluso en aquellas donde se ubicaron Grandes Superficies:

- **Comarcas que han incrementado el número de empleos;** de tal modo que si bien han respondido bien a este estímulo comarcas como Cuencas Mineras (que ha pasado de 90 empleos en 1998, a 196 en este último año) con un crecimiento de un 118%. Otras comarcas como Jacetania, Alto Gállego Y Ribagorza también han evolucionado muy positivamente desde el punto de vista del empleo, con crecimientos superiores al 50%, su importante desarrollo está muy relacionado con la gran afluencia de turistas para la práctica totalidad del año, lo que ha provocado además la apertura de varias Grandes Superficies en los últimos años.
- **Comarcas que han visto disminuir sensiblemente el número de empleos.** Únicamente la comarca de la **Ribera Baja del Ebro** ha experimentado un descenso en su nivel de empleo. El número de empleados ha pasado de 195 a 190 en el periodo 1998-2003, suponiendo un porcentaje del 3%. Otras comarcas no han sufrido apenas variación en el empleo. Es el caso de las comarcas de **Campo de Borja** y **Belchite**, con una variación nula y de incremento del 2% respectivamente.



COMARCA	1998	2003	diferencia %
1. Jacetania	358	697	95%
2. Alto Gállego	183	326	78%
3. Sobrarbe	45	60	33%
4. Ribagorza	100	181	81%
5. Cinco Villas	694	772	11%
6. Hoya de Huesca	1.084	1.628	50%
7. Somontano de Barbastro	519	600	16%
8. Cinca medio	187	380	103%
9. La Litera	250	299	20%
10. Monegros	139	207	49%
11. Bajo Cinca	290	507	75%
12. Somontano de Moncayo	368	395	7%
13. Campo de Borja	346	345	0%
14. Aranda	123	137	11%
15. Ribera Alta del Ebro	439	483	10%
16. Jalón Medio	413	439	6%
17. Zaragoza	20.426	23.736	16%
18. Ribera Baja del Ebro	195	190	-3%
19. Bajo Aragón-Caspe	350	407	16%
20. Calatayud	1.005	1.040	3%
21. Campo de Cariñena	189	200	6%
22. Belchite	116	118	2%
23. Bajo Martín	121	142	17%
24. Campo de Daroca	129	143	11%
25. Calamocha	239	264	10%
26. Cuencas Mineras	90	196	118%
27. Andorra	180	224	24%
28. Bajo Aragón	470	606	29%
29. Teruel	1.063	1.207	14%
30. Maestrazgo	20	24	20%
31. Albarracín	28	34	21%
32. Gúdar-Javalambre	63	99	57%
33. Matarraña	100	118	18%
TOTAL	30.322	36.204	19%

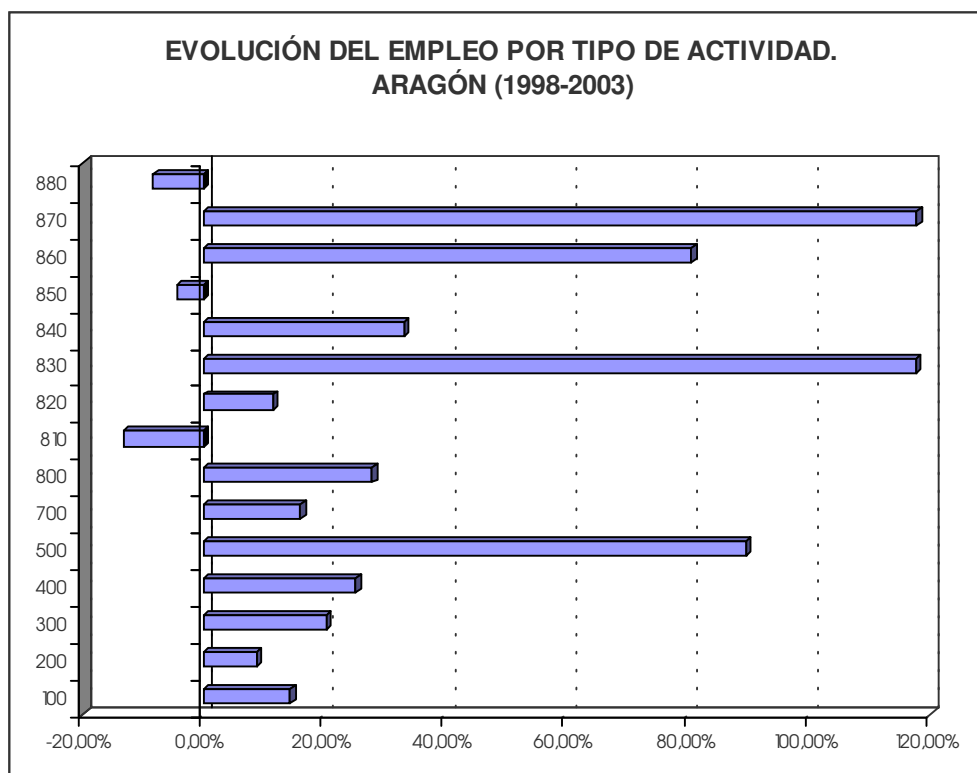
Evolución del empleo por tipos de actividad

De acuerdo con los resultados obtenidos de la explotación de los resultados en términos de empleo para los años 1998 y 2003, se obtiene una variación positiva en todos los subgrupos de actividad económica.

Sin embargo, aunque el número de empleos ha crecido en más de 2.500 para todo Aragón, desde los últimos cinco años, no todos los grupos de actividad han sufrido la misma evolución existiendo fuertes contrastes entre estos.

- Así, los principales comercios que por tipo de producto más aumentan su número de empleos son; **los supermercados** (que han crecido en empleo un 117%), el **grupo 870** correspondiente a Economatos y Cooperativas muy significativo en la región, con un aumento también de 117% desde 1998 y el grupo 860 de **Almacenes Populares** que ha aumentado un 80%.
- Los grupos comerciales que más han disminuido en cuanto a empleos desde 1998, son los relacionados con **Autoservicios** (perdiendo un 13% de empleos), **Otro Comercio Mixto** (decreciendo un 8%). Se mantienen en una posición estable los empleos relacionados con el **grupo 100 y 200** que tienen que ver en gran parte con bienes cotidianos.

GRUPOS DE ACTIVIDAD	1998	2003	VARIACIÓN (1998-2003)
100	7719	8827	114,35%
200	4737	5153	108,78%
300	1799	2163	120,23%
400	4385	5486	125,11%
500	297	563	189,56%
700	4542	5268	115,98%
800	6842	8744	127,80%



7.2. Análisis de la evolución de la demanda comercial

ZARAGOZA

Gasto en bienes cotidianos

Desde el punto de vista de la demanda comercial, el gasto comercial generado en los distritos en los que está presente una Gran Superficie es mayor no solo por el gasto directo realizado en la misma, sino por el gasto realizado en los comercios de su entorno. Los cuadros adjuntos detallan la evolución experimentada por el gasto en bienes cotidianos en los distritos donde se ha implantado una gran superficie.

Gasto en Bienes cotidianos (%) 1998

Destino del gasto	Origen del gasto										
	Casco Antiguo	Centro	Delicias	Ensanche	San José	Las Fuentes	Almozara	Oliver Valdef.	Torrero La Paz	Actur	Arrabal
Delicias	2,9	2,4	94,9	3,2	2,4		7,4	18,7	4,0	6,2	2,70
San José		2,5		0,1	91,9						
Oliver/Valdefierro				1,4				74,8	1,1		
Margen Izq.(Actur)	5,0	4,2	2,4	0,2	2,4	1,5	5,83			87,0	4,4

Gasto en Bienes cotidianos (%) 2003

Destino del gasto	Origen del gasto												
	Casco Antiguo	Centro	Delicias	Ensanche	San José	Las Fuentes	Almozara	Oliver/Valdef.	Torrero La Paz	M. Izq. Actur	M.Izq. Arrabal	B. r. Norte	B. r. Oeste
Delicias.		0,59	96,53	0,96			3,80	19,05		0,90		5,93	2,50
San José	3,01	2,12		1,93	90,43	5,34	1,05		0,18		1,06	1,74	
Oliver/Valdefierro		1,68	1,10	4,44	1,98			70,76				2,50	
Margen Izq.(Actur)	3,41			2,10	1,16		1,95	1,00		92,23	9,89	15,87	0,23

Como puede apreciarse en la información recabada tanto del año 1998 como del 2003, relacionadas con el flujo de gasto de bienes cotidianos, aunque los consumidores tienden a quedarse en su barrio para la compra de bienes cotidianos, la mayoría de los barrios analizados como destino del gasto consolidan en estos cinco años el flujo atraído. En un análisis mas pormenorizado, podemos observar algunos cambios:

- **Delicias**; este barrio consolida más de un 96% de gasto dentro del barrio, por lo que aumenta ligeramente desde 1998. En cuanto al comportamiento del resto de los barrios hacia las Delicias, disminuye el poder de atracción del Barrio para casi todos los barrios excepto en el caso de Torrero-La Paz, aunque el porcentaje es mas bien escaso (un 4% de gasto atraído).

- **San José;** mientras se fija el gasto de bienes cotidianos en el propio barrio, sin existir apenas diferencias con los porcentajes del año 1998, con respecto a el resto de la ciudad, los porcentajes de gasto atraído han variado, aumentando en estos últimos cinco años con respecto a casi todos los barrios, de tal manera que aunque de poca importancia, crece el gasto de bienes cotidianos en San José desde barrios como Casco, Ensanche, Las Fuentes, Almozara, Torrero ó Arrabal.
- **Oliver-Valdefierro;** mientras que el gasto que realiza el propio barrio es menor que en 1998, gran parte de los barrios de la ciudad realizan pequeños porcentajes de gasto en este distrito, esto ocurre con Centro, Delicias ó Ensanche y también con los barrios rurales del Norte, que realizan un gasto superior al 2%.
- **Margen Izquierda (Actur);** consolida el gasto en el propio barrio, aumentando hasta el 92, 23% el porcentaje que se gasta dentro del mismo. Respecto al gasto atraído disminuye desde la mayoría de los barrios que en 1998 gastaban en el Actur, sin embargo algunos como Arrabal aumenta el flujo de gasto hasta aquí de manera importante, hasta casi un 10%. Por otro lado, los Barrios Rurales del Norte, que en 1998 no fueron considerados, también tienen fuerte dependencia de la Margen Izquierda, ya que su gasto en bienes cotidianos en este distrito es de casi un 16%. Las buenas comunicaciones y la cercanía, hacen que estos barrios acudan al Actur como primera opción a la hora de salir del suyo.

Gasto en bienes no cotidianos

En cuanto a la evolución del gasto en bienes no cotidianos, podemos observar la gran movilidad de flujos de gasto en ambos años, sin embargo, existen importantes cambios entre 1998 y 2003, que se reflejan en los barrios considerados donde se ubicaron en la última década Grandes Superficies tal y como se detalla en los cuadros adjuntos:

Gastos en bienes no cotidianos (1998)

Destino del gasto	Origen del gasto										
	Casco Antiguo	Centro	Delicias	Ensanche	San José	Las Fuentes	Almozarra	Oliver Valdef	Torrero La Paz	Actur	Arrabal
Delicias	2,5	0,5	69,1	7,3	3,9	0,3	15,3	39,9	1,8	6,1	4,9
San José		0,1		0,2	29,6	0,7					
Las Fuentes					0,8	59,4					
Oliver/Valdefierro,	1,0			0,5				23,4			
Margen Izq.(Actur)	0,7	4,7	0,8	1,6	3,3	2,9	11,1			61,3	8,4

Gasto en bienes no cotidianos (%)

Distrito destino del gasto	Distrito origen del gasto													
	Casco Antiguo	Centro	Delicias	Ensanche	San José	Las Fuentes	Almozarra	Oliver/Valdef.	Torrero La Paz	M. Izq. Actur	M.Izq. Arrabal	B. .r. Norte	B. r. Oeste	
Delicias.	1,4	3,5	54,7	7,7	1,3	1,5	9,5	35,0	5,0	2,9	2,3	6,2	12,4	
San Jose				1,8	27,4	11,2	0,5				0,6			
Las Fuentes	0,3	1,1			0,6	46,7				2,7	3,0	3,2		
Oliver/Valdefierro			1,1	0,2			0,9	15,0				2,8		
Margen Izq.(Actur)	4,0	0,0	2,4	2,4	4,0	6,2	13,5	1,0	1,0	55,4	18,7	27,7	12,5	

Las principales consideraciones que se realizan a nivel de distrito en bienes no cotidianos en el periodo 1998-2003 son las siguientes:

- **Las Delicias;** dentro del barrio aumenta la evasión del gasto en el último año, de tal manera que los vecinos gastan actualmente un 54,7% y en 1998 un 69,1%. Sin embargo, otros son los barrios que aumentan su gasto en Delicias, este es el caso de el Centro, Las Fuentes, Actur y Torrero. En el periodo de análisis se ha reducido considerablemente el flujo desde San José ó Almozarra.
- **San José;** disminuye el flujo de gasto de los propios vecinos en el barrio a un 27,4%, sin embargo la evolución respecto al resto de flujos atraídos ha sido bastante satisfactoria, puesto que ha conseguido atraer un 11,2% del gasto de Las Fuentes que era prácticamente inexistente en 1998 (0,7%). También ha aumentado la atracción del gasto, aunque de manera menos significativa en barrios como el Ensanche, Almozarra o Arrabal.

- **Las Fuentes;** este barrio ha perdido en cinco años un 12,7% del gasto del propio distrito, si bien es cierto que los barrios que realizan gasto en Las Fuentes ha aumentado desde 1998, aunque no con un peso significativo, como ocurre con Margen Izquierda (2,7%) ó con Arrabal (3%).
- **Oliver-Valdefierro;** aunque cuenta con un flujo atraído de los Barrios Rurales del Norte de un 2,8%, no consigue atracción de gasto de prácticamente ninguna otra zona de Zaragoza, incluso los propios habitantes de Oliver, han disminuido su gasto reduciéndose el porcentaje en un escaso 15%, lo que indica la escasa infraestructura comercial que tiene este barrio en bienes no cotidianos.
- **Margen Izquierda;** aunque el gasto en el propio barrio ha disminuido en casi un 6%, esto no ha afectado negativamente a la atracción en este sentido que realiza el Actur en otras zonas de la ciudad, mas bien al contrario. Desde 1998, el Actur se consolida como uno de los barrios referentes en atracción de gasto en bienes no cotidianos, ya que salvo la zona Centro, en el resto de distritos el porcentaje de atracción, aunque variado, existe en todos ellos, llegando en el caso del Arrabal ó de los Barrios Rurales del Norte a porcentajes superiores al 20%. La Almozara ó los Barrios Rurales del Oeste, también evaden cifras de gasto superiores al 10%. Sin embargo otros barrios como Delicias o San José apenas cuentan con un gasto evadido a esta zona de un 2%, puesto que cuentan con una oferta comercial muy consolidada.

Gasto en bienes cotidianos

En cuanto al gasto de bienes cotidianos para Aragón la evolución desde 1998 se ha realizado para la polaridad 3 dado que el resto de municipios no analizados no fueron estudiados en el anterior Plan siendo imposible su comparativa.

POLARIDAD 3

Como podemos ver en los diagramas siguientes de flujos de gasto desde 1998, comprobamos que dado el tipo de producto (bienes cotidianos) en ambos años los flujos de gasto son escasos si bien en el 2003, estos todavía disminuyen más, fijándose el gasto en los municipios considerados de polaridad 3. Esto se hace más evidente en núcleos como Calamocho, Calatayud ó Tarazona. Sin embargo, aunque en porcentaje muy escaso, Ejea de los Caballeros y Jaca disminuyen su gasto dentro del propio municipio, siendo un dato poco relevante.

Gasto en bienes cotidianos 1998 (%)

		Municipio origen del gasto					
		Calamocho	Calatayud	Ejea de los Caballeros	Fraga	Jaca	Tarazona
Dentro del Municipio	Total Dentro	96,43	98,60	100,00	99,20	94,72	96,94
Fuera del Municipio	Barbastro						
	Lérida				0,80		
	Sabiñanigo					1,89	0,00
	Teruel	0,27					
	Tudela						
	Zaragoza	1,77	0,59			0,20	0,17
	Otros	1,52	0,81			3,21	2,89
	Total Fuera	3,57	1,40	0,00	0,80	5,29	3,06

Gasto en bienes cotidianos 2003(%)

		Municipio origen del gasto					
		Calamocho	Calatayud	Ejea de los Caballeros	Fraga	Jaca	Tarazona
Dentro del Municipio	Total Dentro	99,16	99,92	99,24	99,57	94,61	98,32
Fuera del Municipio	Barbastro					4,91	
	Sabiñanigo						
	Lérida				0,43		
	Tudela						0,94
	Teruel	0,38					
	Zaragoza	0,49	0,08	0,51		0,26	0,63
	Otros			0,25		0,23	0,12
	Total Fuera	0,84	0,08	0,76	0,43	5,39	1,68

Gasto en bienes no cotidianos

POLARIDAD 3

En cuanto a la evolución del flujo de gasto en bienes no cotidianos, el reparto de los flujos comerciales ha variado aunque no de manera muy importante, en relación a los municipios origen del gasto, podemos destacar:

- **Calamocha;** disminuye el gasto desde 1998, en el propio municipio, pasando de un 62,61% a 59,33% en el 2003. También disminuye, aunque de manera poco destacada la evasión de gasto hacia Zaragoza en dos puntos, sin embargo la atracción que aumenta hacia Valencia, que aunque es poco significativa, se duplica desde 1998 (de 1,16% en 1998 a 2,17% en 2003).
- **Calatayud;** el gasto en el propio municipio disminuye, hasta un 77,78%, en gran medida debido a las buenas comunicaciones con las que cuenta para llegar a Zaragoza, que a su vez consigue aumentar la atracción de gasto en más de tres puntos desde 1998, (de 17,45% a 20,76%).
- **Ejea de los Caballeros;** mejora el porcentaje de gasto que se realiza dentro del municipio, así, aumenta el porcentaje del gasto de los propios vecinos de un 66,37% en 1998, a un 76,08% para el 2003. El aumento del gasto dentro del municipio guarda relación directa con el descenso del flujo del gasto hacia Zaragoza, que se encuentra en el 2003 en un 21,48%.
- **Fraga;** ha aumentado el gasto que hacen sus habitantes en el propio municipio de un 63,94% en 1998, a un 76,55% en 2003. Esto ha repercutido en gran medida en municipios como Zaragoza, que ha disminuido mucho el porcentaje de atracción siendo en la actualidad casi inexistente (1,87%). Sin embargo es Lérida la ciudad que se consolida como principal atracción del gasto, superando el 22%.
- **Jaca;** ha aumentado el gasto dentro del propio municipio hasta casi un 80%, al mismo tiempo que ha disminuido el flujo que sale a otros núcleos como pueden ser Zaragoza y Huesca, esta última apenas conserva un 2% del gasto.
- **Tarazona;** el gasto dentro del municipio aumenta desde 1998 de un 72,17% a un 78,21%, lo que ha producido un descenso de la evasión del gasto a otros municipios, principalmente la realizada a Zaragoza, que ha disminuido un 5%, situándose en un 18,22%, una cifra todavía muy significativa.

Gasto en bienes no cotidianos 1998 (%)

		Municipio origen del gasto					
		Calamocha	Calatayud	Ejea de los Caballeros	Fraga	Jaca	Tarazona
Dentro del Municipio	Total Dentro	62,61	80,25	66,37	63,94	69,36	72,17
Fuera del Municipio	Barbastro				0,45	0,45	
	Barcelona				0,52	6,55	
	Huesca				22,48	0,45	
	Lérida						0,57
	Madrid		1,53				
	Pamplona			0,76			
	Teruel	1,73					
	Tudela				0,32		3,84
	Valencia	1,16	0,76				
	Zaragoza	33,73	17,45	32,55	12,62	20,13	23,41
Otros	0,76				2,18		
	Total Fuera	35,98	19,75	33,63	36,06	30,64	24,11

Gasto en bienes no cotidianos 2003(%)

		Municipio origen del gasto					
		Calamocha	Calatayud	Ejea de los Caballeros	Fraga	Jaca	Tarazona
Dentro del Municipio	Total Dentro	59,33	77,78	76,08	76,55	75,90	78,21
Fuera del Municipio	Barcelona			0,66			
	Barbastro						
	Binéfar				0,37		
	Huesca			0,15		2,02	
	Lérida				19,83		
	Tudela			0,81			3,12
	Teruel	3,80					
	Pamplona					0,97	
	Madrid	1,05	0,87				
	Valencia	2,17	0,59			0,10	
	Zaragoza	31,01	20,76	21,48	1,87	17,77	18,22
	Otros	2,62		0,78	1,38	3,25	0,48
		Total Fuera	40,67	22,22	23,92	23,45	24,10