



DOCUMENTO DE SÍNTESIS PCEC DEL SOMONTANO DE BARBASTRO

Barbastro, julio 2005



DALEPH

Índex

• FORTALEZAS BARBASTRO.....	3
• FORTALEZAS COMARCA DEL SOMONTANO.....	8
• DEBILIDADES BARBASTRO.....	13
• DEBILIDADES COMARCA DEL SOMONTANO.....	28
• AMENAZAS BARBASTRO.....	36
• AMENAZAS COMARCA DEL SOMONTANO.....	47
• OPORTUNIDADES BARBASTRO.....	49
• OPORTUNIDADES COMARCA DEL SOMONTANO.....	52

DALEPH





FORTALEZAS: Barbastro

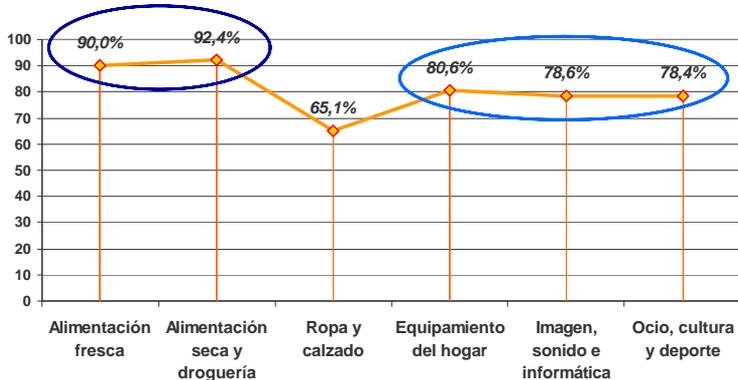
BARBASTRO ES UNA CIUDAD DE REFERENCIA EN SU ENTORNO

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> • La ciudad es capital de comarca y centro de atracción comercial y turística. • Barbastro dispone de una buena dotación de equipamientos de centralidad (UNED, hospital Comarcal, institutos de enseñanza media, SABECO, instalaciones deportivas, Catedral, museos, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con una demanda comercial y de servicios considerable de los municipios de la comarca más cercanos y menos provistos. Su área de influencia es muy grande y se mantiene una relación muy estrecha con estos pueblos.

RELATIVAMENTE BAJA EVASIÓN DE GASTO EN BARBASTRO

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de atracción de la ciudad a nivel comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> • El 90% de las personas entrevistadas compra alimentación fresca en Barbastro y el 92,4% compra alimentación seca y droguería en la ciudad. • Casi el 80% de las personas entrevistadas compra equipamiento del hogar, imagen, sonido e informática y ocio, cultura y deporte en Barbastro.

Los entrevistados compran en Barbastro principalmente **alimentación**, el 92,4% del total consumido en **alimentación seca y droguería** y el 90% de la alimentación fresca.



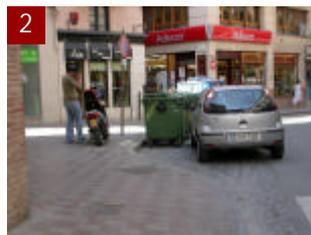
SIGNIFICATIVA CONCENTRACIÓN Y CONTINUIDAD COMERCIAL EN EL CASCO ANTIGUO

CAUSA

- Continuidad y concentración de locales comerciales, especialmente en calles como Paseo del Coso, General Ricardos, San Ramón y Romero. Significativa oferta comercial en plantas bajas de edificios.

EFECTO

- Buena visibilidad del comercio existente.



- Aunque existen algunos locales cerrados y viviendas de planta baja en las calles más comerciales de Barbastro, en general el centro del municipio cuenta con una significativa continuidad comercial, especialmente las calles General Ricardos, Corona de Aragón, San Ramón y Romero (fots. 1 y 2).

VALORACIÓN POSITIVA DE ALGUNOS ASPECTOS DE LA OFERTA POR PARTE DE COMERCIANTES

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Los y las comerciantes valoran especialmente el trato personal que dan a su clientela y el producto ofertado. 	<ul style="list-style-type: none"> Tendencia a la fidelización de clientela.

VALORACIÓN DE DIFERENTES ELEMENTOS DEL PROPIO COMERCIO (ordenar del 1 (-) al 11 (+))

	RESPUESTAS DE LOS/LAS COMERCIANTES											MEDI	ANA	MÍN.	MAX.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	ANA	MÍN.	MAX.	
Proximidad geográfica a la clientela	1	9	4	4	1	7	7	10	3	1	11	5	1	11	
Precio	7	10	8	3	4	9	5	6	9	11	8	7	3	11	
Calidad	8	3	9	11	5	11	2	9	7	5	9	7	2	11	
Variedad del producto	4	11	11	6	11	6	11	7	8	10	2	8	2	11	
Ofertas	3	4	5	1	2	1	10	5	1	2	6	4	1	10	
Trato personal	10	5	10	10	10	6	11	10	8	10	2	9	2	11	
Aparcamiento cercano	9	2	2	5	9	3	1	1	4	6	4	4	1	9	
Provisión de equipamientos generales cerca del local	2	7	1	8	3	4	8	2	2	4	1	4	1	11	
Buena ubicación (en zona de atractividad)	11	8	3	9	8	5	9	4	5	3	10	6	3	11	
Servicios ofertados	5	1	6	2	6	2	3	3	11	7	5	5	1	11	
Imagen del establecimiento	6	6	7	7	7	8	4	8	6	9	7	7	4	9	
No sabe/no responde a ningún ítem											8%				

Información obtenida a partir de dos grupos de discusión con comerciantes, centrados en temas urbanísticos, en la visión sobre el comercio de Barbastro y los hábitos de consumo de la clientela, así como en propuestas de mejora y dinamización en el municipio a nivel comercial.



FORTALEZAS: Comarca del Somontano

EXISTENCIA DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN SOMONTANO

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Buena calidad del sector vinícola. 	<ul style="list-style-type: none"> Genera atractividad y cohesión entre los habitantes de la comarca.

ASPECTOS POSITIVOS EN LA PERCEPCIÓN DEL PROPIO NEGOCIO

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Los y las comerciantes de la comarca del Somontano valoran especialmente el precio, la calidad y el trato personal de su propio negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> Posible fidelización de la clientela local.

VALORACIONES MUY POSITIVAS REFERENTES AL PROPIO MUNICIPIO

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Los y las comerciantes de la comarca del Somontano valoran especialmente la limpieza, el estado de las aceras, el transporte público, la iluminación, el mobiliario urbano, la seguridad, las ofertas de ocio y la oferta comercial de sus propios municipios. 	<ul style="list-style-type: none"> Sensación de pertenencia al propio municipio.



El elemento mejor valorado de los municipios donde se han realizado las entrevistas es la limpieza, y el menos valorado, el de las animaciones y promociones comerciales a escala local. En general, las valoraciones son incluso más altas que en la valoración sobre el propio comercio, y se sitúan entorno al 7.

VALORACIÓN DE DIFERENTES ELEMENTOS DEL MUNICIPIO (del 1 (-) al 10 (+))

	MEDIA	MÍN.	MAX.
Estado de las aceras	7	7	8
Transporte público	7	5	7
Iluminación	7	7	8
Limpieza	8	6	9
Mobiliario urbano	7	6	8
Seguridad	7	6	8
Zonas de carga y descarga	5	5	5
Oferta de ocio	7	4	9
Oferta comercial	7	2	10
Animaciones, promociones en zonas comerciales	1	1	2

Datos obtenidos a partir de entrevistas personales realizadas con comerciantes y restauradores de los municipios de: Bierge, Estadilla, Peralta de Alcofea, Salas Altas, Alquézar y Berbegal.



CRECIMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO

CAUSA	EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> Aumento de la oferta y la demanda turística en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> Cierta revitalización económica de la comarca.

BUEN GRADO DE ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA

CAUSA	EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> Las empresas de hostelería suelen estar asociadas a alguna asociación regional, provincial o del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> Fácil accesibilidad a canales de información y publicidad, básicamente.

Las personas entrevistadas del ramo de la restauración aseguran que la oferta en turismo ha aumentado considerablemente en los últimos 5 años, especialmente en hostelería. A pesar de ello, según su criterio el comercio se ha mantenido o ha disminuido, pero no ha acompañado el crecimiento en el sector de turismo.



El tipo de consumidor varía mucho a lo largo del año en las poblaciones más turísticas. En invierno se reduce a la población local, que además está acostumbrada a comprar en municipios más grandes, como Barbastro, Monzón, Abiego, etc., que ofrecen una mayor oferta y variedad comercial. Si a ello se suma el hecho de que muchos comercios cierran sus puertas durante la temporada baja o reducen considerablemente los horarios de apertura de sus establecimientos, se deduce que **la evasión de gasto en el propio municipio aumenta significativamente en temporada baja.**

Por otra parte, algunas personas entrevistadas consideran que el gasto que realizan los y las turistas durante el verano y los fines de semana se ha reducido considerablemente en los últimos años.

En los otros municipios analizados, con poca afluencia turística, se nota **cierta reactivación comercial en época de verano**, pero el impacto es mínimo.

El 75% de las personas entrevistadas pertenece a alguna asociación (de empresarios o de comerciantes) a escala provincial o regional, y **todas las asociaciones son sectoriales.** Los y las entrevistadas afirman estar conformes con las asociaciones a las que pertenecen, de las cuales se recibe información.

No existen asociaciones de comerciantes a nivel local en los municipios analizados, y las pocas actividades de animación y dinamización realizadas, como ferias o actividades culturales en la calle, son organizadas por el Ayuntamiento. Los y las comerciantes de cada municipio se conocen pero no realizan promociones conjuntas o acciones de dinamización comercial.

En términos generales, por tanto, no existen "redes" de colaboración y coordinación entre los comercios a nivel local y, aún siendo socios/as de asociaciones a nivel regional o provincial, la participación en acciones conjuntas y de promoción del sector es muy escasa o directamente nula. **El sector de la hostelería, en cambio, sí que realiza acciones de promoción y publicidad conjunta** a través de la asociación a la que pertenece.

DEBILIDADES: Barbastro

DIFICULTADES DE MOVILIDAD Y ACCESIBILIDAD AL CASCO VIEJO

CAUSA	EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> • Señalización confusa para entrar a la ciudad y nula respecto al comercio de Barbastro. • Utilización excesiva del vehículo privado por parte de barbastrenses. • Incumplimiento de espacios destinados a carga y descarga de la ciudad y ocupación de vehículos estacionados en carriles de paso. • Falta de plazas de aparcamiento en el centro, especialmente zonas azules, y de zonas de carga y descarga. • Importantes barreras a la movilidad (río Vero, puentes estrechos para cruzar al centro, calle general Ricardos, dificultades para ir desde la Avda. Merced hasta General Ricardos, entorno de la Catedral, desniveles pronunciados, etc.). • Calles y aceras demasiado estrechas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Colapsos circulatorios en las calles más comerciales de la ciudad. • Circulación en vehículo caótica y dificultosa en el centro de la ciudad. • Desincentivo a la compra.
	<ul style="list-style-type: none"> • Peligro de accidentes por la invasión de la calzada por parte de ciudadanos/as. • Incomodidad para el paso de peatones que desincentiva la compra de impulso, el "ir de compras".



■ La accesibilidad al centro de Barbastro es especialmente complicada. Existen pocas plazas de aparcamiento de rotación y, como se puede observar en la foto 1, se aparcen coches en las aceras, lo que dificulta el paso de peatones, obligándolos a bajar a la calzada para traspasar estos obstáculos. Ello provoca, además de incomodidades, inseguridad vial tanto para peatones como para el resto de coches que quieran atravesar la calle.



Los puentes ubicados entre General Ricardos-Avenida Pirineos y Pablo Sahun-Avenida Beato Escrava de Balaguer tienden a estrangular el tránsito de la ciudad, puesto que (como puede verse en las fotografías siguientes) conectan calles importantes, de dos y tres carriles de vehículos cada una, y sólo disponen de un carril en cada sentido.

C/General Ricardos

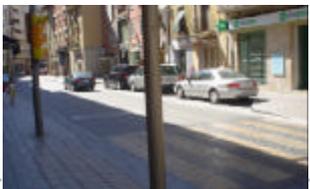


Plaza Diputación



Avda. Pirineos

C/Corona de Aragón



ALGUNAS DEFICIENCIAS EN EL MOBILIARIO URBANO Y EL ENTORNO URBANO EN GENERAL

CAUSA	EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> La iluminación es muy heterogénea. Además, faltan elementos de luz en el centro y su eficiencia energética es escasa. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de visibilidad por las noches. Sensación de inseguridad en algunas calles, cuando cierran los comercios que contribuyen al alumbrado general de la calle.
<ul style="list-style-type: none"> Contenedores desordenados y llenos por la tarde. 	<ul style="list-style-type: none"> Sensación de falta de limpieza y contaminación visual del entorno.
<ul style="list-style-type: none"> Locales cerrados y fachadas envejecidas. 	<ul style="list-style-type: none"> Pérdida de continuidad comercial en algunas calles (ej. Argensola) y sensación de abandono y dejadez general del entorno.



- La iluminación de la ciudad de Barbastro es muy heterogénea, y combina elementos antiguos con otros más modernizados y eficientes energéticamente (fots. 1 y 2). Estos elementos diferenciados producen sensación de discontinuidad con el espacio público.
- Además, los elementos de luz de soporte en fachada producen molestias durante las noches a los vecinos del edificio y son poco eficientes energéticamente (fot. 3).
- Por último, según vemos en la fotografía 4, el alumbrado público es escaso, especialmente en las calles peatonales, y por este motivo prácticamente todos los comercios complementan el alumbrado con luces privadas sobre sus establecimientos.



www.daleph.com

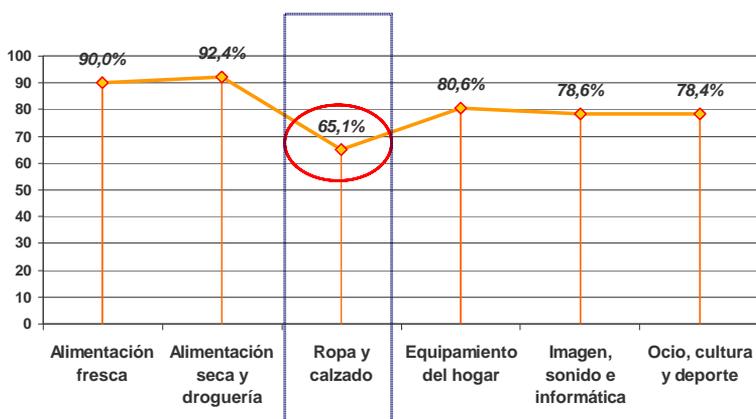
- A veces se produce una sobrecarga de contenedores juntos (fotografía 1) que resulta poco agradable y produce contaminación visual en el entorno urbano.
- Por otra parte, los contenedores enterrados, un sistema de residuos que genera menos impacto (visual y olfativo) que el caso anterior, quedan en este caso desvirtuados por la sobrecarga de residuos.



www.daleph.com

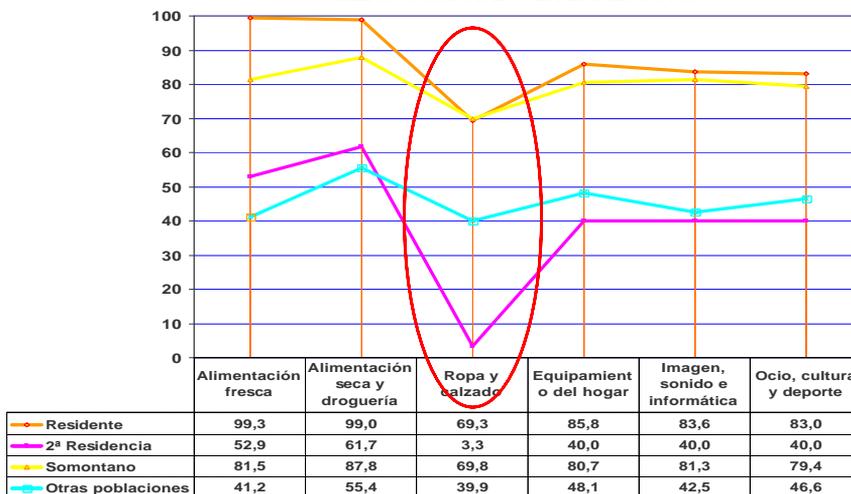
PERCEPCIÓN DE CARENCIAS EN OFERTA COMERCIAL ESPECIALIZADA Y MODERNIZADA, Y DE OCIO

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> En términos generales, la oferta comercial se percibe como anticuada y bastante cara en relación con la calidad del producto ofrecido. Falta especialmente ropa para jóvenes, tallas grandes, ropa de niños, ropa pre-mamá, alta costura, ropa para novias/fiesta y mejor relación claridad-precio. Especialmente se demandan centro lúdico infantil, ocio para jóvenes, teatro, multicines y centros culturales adultos. 	<ul style="list-style-type: none"> Evasión de gasto hacia Zaragoza y Lleida, las poblaciones que absorben la mayor parte de las compras que el comercio local no satisface. Las personas más jóvenes y con más recursos económicos son el grupo que se va a comprar a otras poblaciones con más frecuencia. El 35% de las personas entrevistadas compran ropa y calzado fuera de Barbastro.



En **ropa y calzado** es el sector en el que la compra de los entrevistados en Barbastro presenta el porcentaje más bajo: 65,1%.

% MEDIO COMPRADO EN BARBASTRO



Es importante destacar que las principales demandas de la muestra hacen referencia a una **mejor oferta en ropa, principalmente ropa joven**, tallas grandes, más variedad y mejor relación calidad - precio, como ya hemos comentado anteriormente.

El porcentaje de los que demandan más oferta en ropa (22,1%), aumenta en:

- Menores de 30 años: 31,5%.
- Residentes en Barbastro: 22,1%.
- Mujeres: 20,8%.
- Hogares en los que trabajan dos personas: 23,5%.
- Amas de casa que trabajan: 23,8%.

	Frec.	%
Mas variedad en ropa	72	11,3
Ropa joven	40	6,3
Ropa tallas grandes	15	2,4
Ropa de niños	9	1,4
Ropa pre-mama	2	0,3
Alta costura	2	0,3
Novias/fiesta	1	0,2
TOTAL ROPA	141	22,1

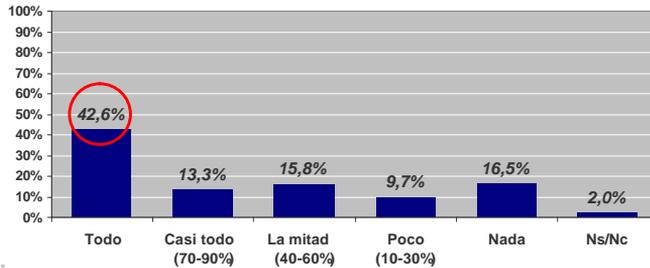
NOTA: El perfil de consumidor aquí definido nos sirve de indicador para entender la evasión de gasto a otras centralidades.



El 42,6% compra **todos** los artículos de equipamiento personal en Barbastro y los **residentes** (45,6%), principalmente del **Ensanche** (48,8%), son los que más lo hacen, además de:

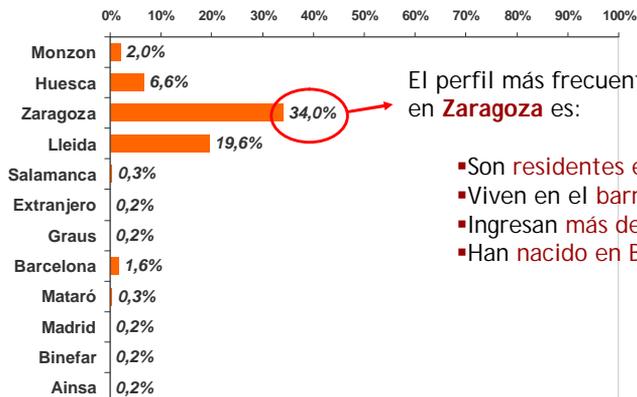
- Los **mayores de 65 años**: 80%
- **Jubilados**: 62,3%
- De hogares en los que **no trabaja nadie**: 59,2%
- **Amas de casa que no trabajan**: 49,8%
- **Ingresan menos de 600 €**: 62,5%, o de **601 a 1.200 € al mes**: 57,4%.

ROPA, CALZADO Y COMPLEMENTOS - % DE COMPRA EN BARBASTRO



Zaragoza y **Lleida**, son los principales **lugares de compra alternativa** y absorben, respectivamente, el 34% y el 19,6% de estas compras.

ROPA Y CALZADO - LUGAR DE COMPRA ALTERNATIVO



El perfil más frecuente de los compradores en **Zaragoza** es:

- Son **residentes en Barbastro**: 37,6%
- Viven en el **barrio de Arrabal**: 51,7%
- **Ingresan más de 2.401 € al mes**: 44,5%
- **Han nacido en Barbastro**: 39,8%



El **equipamiento personal** es el apartado que con menor frecuencia se compra en el comercio de Barbastro.

El 35% del total comprado, se adquiere en otras poblaciones y, en la mayoría de los casos, se compra en poblaciones más grandes, como Zaragoza, Lleida y Huesca, que ofrecen una mejor oferta en la franja intermedia de calidad-precio.

 **EVASIÓN DE GASTO**

A nivel espontáneo, se recogen con frecuencia comentarios del tipo “la ropa o es muy cara o es de muy mala calidad”, destacando la poca variedad existente tanto en ropa como en calzado.

 **AUSENCIA DE DIVERSIDAD**

A pesar de que existe mucho comercio de este tipo, principalmente los más jóvenes y los que tienen más recursos económicos prefieren trasladarse a comprar equipamiento personal fuera de Barbastro.

 **FALTA DE “COMPRA COMPLETA”**



DESAPROVECHAMIENTO DE ELEMENTOS TURÍSTICOS Y DE ATRACTIVIDAD	
CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Falta de coordinación de políticas de turismo que unan la ciudad de Barbastro con las visitas a las bodegas (denominación de origen del Somontano). 	<ul style="list-style-type: none"> Impacto escaso de estas visitas a la ciudad de Barbastro.
CARENCIAS FORMATIVAS DE LOS/LAS COMERCIANTES	
<ul style="list-style-type: none"> Bajo nivel formativo en general y escasa formación continua. 	<ul style="list-style-type: none"> Escasas posibilidades de innovación y reforma en la gestión de su negocio, en la presentación de los productos, etc.
COLABORACIÓN Y COOPERACIÓN NULA ENTRE ASOCIACIONES DE COMERCIANTES Y EMPRESARIOS DE BARBASTRO, Y MUY BAJA ENTRE COMERCIANTES	
<ul style="list-style-type: none"> Falta de experiencias de cooperación entre individuos o grupos de comerciantes. Falta de entendimiento entre las asociaciones de comerciantes existentes en el municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> Desazón y falta de entusiasmo e interés por parte de comerciantes para asociarse y participar activamente en las asociaciones.

Se respira un ambiente de desánimo y cierta apatía entre los y las comerciantes de la ciudad de Barbastro, consecuencia de la falta de entendimiento entre asociaciones de comerciantes y empresarios. La feria comarcal, según la opinión de los comerciantes, está sufriendo una crisis desde hace algunos años y no logra remontar su atraktividad.

Información obtenida a partir de dos grupos de discusión con comerciantes.



Las personas que no están asociadas actualmente creen que las asociaciones no aportan ventajas y el hecho de que exista más de una asociación, y de que no haya comunicación entre ellas, produce cierta desconfianza y desánimo respecto a las posibilidades comerciales de la ciudad. Incluso, algunas/os participantes reconocen que habían estado asociados y que se dieron de baja por este motivo. Todos los/as participantes, asociados/as y no asociados/os opinaron sobre los puntos débiles y fuertes del asociacionismo en Barbastro:

ASOCIACIONES DE COMERCIANTES	
PUNTOS DÉBILES SEGÚN COMERCIANTES	PUNTOS FUERTES SEGÚN COMERCIANTES
Falta de ilusión de los y las asociadas para implicarse y activar el tejido comercial	Realización de campañas de promoción del comercio
Falta de comunicación entre las asociaciones y los asociados	Algunas personas destacan la buena comunicación con la asociación
Falta de entendimiento por parte de las distintas asociaciones	Asesoramiento en iniciativas y recepción de información
No ofrecen soluciones a problemas concretos	Impartición de cursos
	La estructura de la AEB



DEBILIDADES: Comarca del Somontano

LOCALES COMERCIALES MUY PEQUEÑOS

CAUSA

• La **superficie comercial media** en el resto de los municipios del Somontano, sin contabilizar Barbastro, es de **30,86 m²**.

EFECTO

• Dificultades de modernización comercial.

DESCRIPCIÓN	BARBASTRO			RESTO DEL SOMONTANO			TOTAL SOMONTANO		
	SUPERF. M ²	TOTAL ESTABL.	SUPERFICIE MEDIA	SUPERF. M ²	TOTAL ESTABL.	SUPERFICIE MEDIA	SUPERF. M ²	TOTAL ESTABL.	SUPERFICIE MEDIA
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	4.374	105	41,66	1.324	63	21,02	5.698	168	33,92
TÉXTIL, CONF., CALZADO, PIEL Y A. DE CUERO	5.134	100	51,34	18	1	18,00	5.152	101	51,01
DROGUERÍA, PERFUMERÍA, FARMACIA	1.066	16	66,63	0	0	0,00	1.066	16	66,63
HOGAR Y CONSTRUCCIÓN	7.324	69	106,14	300	4	75,00	7.624	73	104,44
COMERCIO MIXTO O INTEGRADO	7.757	18	430,94	981	17	57,71	8.738	35	249,66
OCIO, CULTURA Y DEPORTES	5.194	72	72,14	0	0	0,00	5.194	72	72,14
TOTALES COMERCIO	30.849	380	81,18	2.623	85	30,86	33.472	465	71,98

Fuente de elaboración propia a partir de IAE y Base de Datos Registro Establecimientos Comerciales



ESCALA O NULA OFERTA COMERCIAL EN LOS MUNICIPIOS DE LA COMARCA

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Existen 11,15 establecimientos por 1000 habitantes en la comarca (excepto Barbastro), número muy pobre en comparación con los de Barbastro (24,37). Municipios con poca población. Atractividad de Barbastro y otros municipios (como Monzón, Zaragoza, Lleida y Huesca) en detrimento de otras poblaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> Significativa evasión de gasto. Entre las personas entrevistadas residentes en el resto del Somontano, que no compran nada en su lugar de residencia se destaca que: el 71,7% no compra nada de <i>alimentación fresca</i>, el 81,7% no compra nada de <i>alimentación seca y droguería</i>, el 93,3% no compra nada de <i>vestido, calzado y complementos</i>, el 96,7% no compra nada de <i>equipamiento del hogar</i>, el 96,7% no compra nada de <i>imagen, sonido e informática</i>, y el 91,6% no compra nada de <i>ocio, cultura y deporte</i> en su lugar de residencia.

DESCRIPCIÓN	BARBASTRO	RESTO DEL SOMONTANO	TOTAL SOMONTANO
	ESTABL. POR 1000 HABITANTES	ESTABL. POR 1000 HABITANTES	ESTABL. POR 1000 HABITANTES
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	6,73	8,26	7,24
TEXTIL, CONF., CALZADO, PIEL Y A. DE CUERO	6,41	0,13	4,35
DROGUERÍA, PERFUMERÍA, FARMACIA	1,03	0,00	0,69
HOGAR Y CONSTRUCCIÓN	4,43	0,52	3,14
COMERCIO MIXTO O INTEGRADO	1,15	2,23	1,51
OCIO, CULTURA Y DEPORTES	4,62	0,00	3,10
TOTALES COMERCIO	24,37	11,15	20,03

Fuente de elaboración propia a partir de IAE y Base de Datos Registro Establecimientos Comerciales

El índice de dotación comercial en la comarca alcanza los 20 establecimientos por cada 1.000 habitantes. En el caso de Barbastro, el índice se eleva hasta 24,37, dato que nos indica la potencia del municipio

como referente comarcal, con una dotación comercial claramente superior a las indicadas para Aragón.

El índice contrasta con la escasa dotación comercial del resto del Somontano, a excepción del sector de alimentación y de comercio mixto, tradicionalmente presentes en la mayoría de municipios de la comarca. En cualquier caso, se detecta una tendencia a la baja del índice comarcal, diferenciando entre aquellos municipios más turísticos, que mantienen su dotación, y los menos turísticos, que la disminuyen.

Índice de dotación comercial: nº Establecimientos/1.000 hab.

Huesca	20,14
Zaragoza	15,09
Teruel	19,86
Aragón	16,50
España	15,10

Fuente: Estudio y evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón, 2003

ÍNDICE DE SUPERFICIE COMERCIAL

DESCRIPCIÓN	BARBASTRO	RESTO DEL SOMONTANO	TOTAL SOMONTANO
	M ² POR 1.000 HABITANTES	M ² POR 1.000 HABITANTES	M ² POR 1.000 HABITANTES
ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	280,53	173,68	245,44
TÉXTIL, CONF., CALZADO, PIEL Y A. DE CUERO	329,27	2,36	221,93
DROGUERÍA, PERFUMERÍA, FARMACIA	68,37	0,00	45,92
HOGAR Y CONSTRUCCIÓN	469,73	39,35	328,41
COMERCIO MIXTO O INTEGRADO	497,50	128,69	376,39
OCIO, CULTURA Y DEPORTES	333,12	0,00	223,73
TOTALES COMERCIO	1.978,51	344,09	1.441,83

Fuente de elaboración propia a partir de IAE y Base de Datos Registro Establecimientos Comerciales

Si matizamos el índice de dotación con los datos obtenidos del índice de superficie comercial, vemos que los 1.441,83 m² por cada 1.000 habitantes se sitúan en los estándares de Aragón, si bien para el municipio de

Índice de superficie comercial: m ² /1.000 hab.	
Huesca	1.632
Zaragoza	1.250
Teruel	1.531
Aragón	1.347
España	1.400

Fuente: Estudio y evaluación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón, 2003

Barbastro el índice se eleva hasta 1.978,51 m²/1.000 hab.

En el caso de la comarca, el índice disminuye de modo significativo en todos los sectores, incluidos alimentación y comercio mixto, presentes en muchos municipios pero con escasa dotación en superficie, destinada a cubrir las necesidades propias del comercio de proximidad, y que se desplazan a Barbastro a realizar la mayor parte de las compras.



ALIMENTACIÓN EN EL SOMONTANO

MUNICIPIO	SUPERFICIE	ESTABL.
ABIEGO	59	2
ADAHUESCA	55	3
ALBERUELA DE LA LIENA	45	1
ALQUEZAR	50	4
AZARA	37	3
AZLOR	18	1
BARBASTRO	4.374	105
BERBEGAL	136	6
BIERGE	100	2
CASTEJON DEL PUENTE	102	6
CASTILLAZUELO	18	1
COLUNGO	41	3
ESTADA	12	1
ESTADILLA	264	8
HOZ	30	1
LALUENGA	55	3
NAVAL	77	4
PERALTA DE ALCOFEA	111	6
PERALTILLA	9	1
RADIQUERO	5	1
RODELLAR	40	1
SALAS ALTAS	19	2
SALAS BAJAS	26	2
TORRES DE ALCANADRE	15	1
TOTAL	5.698	168

Tal como se ha comentado anteriormente, la mayoría de municipios del Somontano de Barbastro disponen de oferta comercial en el sector alimentación, destinada a cubrir, como mínimo, las necesidades básicas del consumidor mediante el comercio de proximidad.

Además de Barbastro, con 105 comercios, cabe destacar entre estos municipios a Estadilla con 8 establecimientos, y Berbegal, Castejón del Puente y Peralta de Alcofea con 6 establecimientos cada uno.



COMERCIO MIXTO O INTEGRADO

MUNICIPIO	SUPERFICIE	ESTABL.
ABIEGO	90	1
ADAHUESCA	180	2
ALQUÉZAR	135	4
BARBASTRO	7.757	18
BERBEGAL	42	2
ESTADILLA	201	2
LALUENGA	20	1
PERALTA DE ALCOFEA	270	3
SALAS ALTAS	43	2

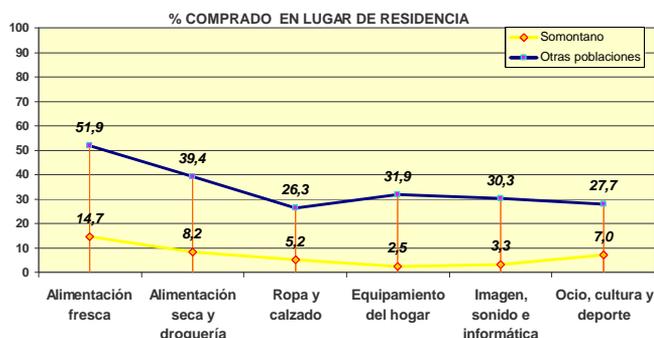
TOTAL	8.738	35
--------------	--------------	-----------

El *comercio mixto* en el Somontano, aparte de la dotación propia de su capital, es de tamaño reducido y en ningún caso se refiere a grandes o medianas superficies.

En 8 municipios encontramos un total de 17 establecimientos, que suponen una superficie total de 981 m², es decir, una media de 57,71 m² por establecimiento.

Por tanto, se trata principalmente de formatos comerciales del tipo autoservicio, de entre 40 y 120 m², y economatos y cooperativas de consumo.

Destaca el municipio de Alquézar, con 4 establecimientos declarados, y Peralta de Alcofea con 3.



- Tanto entre los residentes en el Somontano, como en los que provienen de otras poblaciones, casi el 100% de los **productos cotidianos** - *alimentación y droguería*- se compran entre Barbastro y el lugar de residencia.
- Sin embargo, aproximadamente el 25% de la compra de *ropa y calzado* y el 20% del *equipamiento del hogar, imagen y sonido e ocio, cultura y deporte*, se compran en otras poblaciones, principalmente en **Zaragoza, Lleida y Huesca**.



VALORACIÓN DEL PROPIO COMERCIO	
CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Los aspectos peor valorados por las y los comerciantes de la comarca son la cercanía del local a equipamientos generales, las ofertas, la buena ubicación de sus establecimientos, los servicios ofertados y la imagen de su local. 	<ul style="list-style-type: none"> Las valoraciones altas en general pueden indicar falta de cuestionamiento e interés para emprender acciones de modernización en el propio negocio. Los elementos peor valorados pueden indicar carencias en los comercios de la comarca.

VALORACIÓN DE DIFERENTES ELEMENTOS DEL PROPIO COMERCIO (del 1 (-) al 10 (+))			
	MEDIA	MÍN.	MAX.
Precio	8	7	9
Calidad	9	8	10
Variedad del producto	7	4	8
Ofertas	6	1	8
Trato personal	8	5	10
Aparcamiento cercano	6	1	8
Provisión de equipamientos generales cerca del local	5	4	5
Buena ubicación (en zona de actividad)	6	1	7
Servicios ofertados	6	3	9
Imagen del establecimiento	6	5	7

Datos obtenidos a partir de entrevistas personales realizadas con comerciantes y restauradores de los municipios de: Bierge, Estadilla, Peralta de Alcofea, Salas Altas, Alquézar y Berbegal.



AMENAZAS: Barbastro	
APERTURA DE NUEVOS SUPERMERCADOS	
CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Instauración de un supermercado ALDI en el área de la Tallada. Nuevos supermercados PLUS y LIDL en la zona del centro comercial (acceso desde la autovía). Entrada de Mercadona en la calle Graus. Suponen una amenaza en el contexto del balance comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> Peligro de falta de demanda por exceso de oferta comercial.



SÍNTESIS - PCEC DEL SOMONTANO DE BARBASTRO

EQUILIBRIO COMERCIAL: POBLACIÓN EQUIVALENTE

	POBLACIÓN	MUESTRA	% M/P	POBLACIÓN EQUIVALENTE
TOTAL		637		33.444
				15.911
Barbastro	15.911	499	3,14%	15.911
Residentes	15.592	489	3,14%	15.592
2ª Residencia	319	10	3,14%	319
Resto del Somontano	7.623	60	0,79%	7.623
Fuera del Somontano		78		9.910

Datos de elaboración propia.

Para la estimación de la población equivalente nos basamos en los datos conocidos - residentes en Barbastro y en el Somontano - y los ampliamos con la población no residente que realiza sus compras en Barbastro, extrapolando datos de 2ª residencia y de residentes fuera del Somontano, a partir de su peso específico en la muestra de la *encuesta sobre hábitos de compra y consumo* realizada en Barbastro.

Con este método obtenemos una **población equivalente** sobre la que trabajar de **33.444 habitantes**, reflejo de la capacidad de atracción del municipio como capitalidad comercial del Somontano de Barbastro.



SÍNTESIS - PCEC DEL SOMONTANO DE BARBASTRO

EQUILIBRIO COMERCIAL: ATRACCIÓN SECTORIAL

	POBLACIÓN EQUIVALENTE	ALIMENTACIÓN FRESCA		ALIMENTACIÓN SECA/DROGUERÍA		VESTIDO Y CALZADO		EQUIPAMIENTO DEL HOGAR		OCIO, DEPORTE Y CULTURA	
		% Atract	Pobl Equiv	% Atract	Pobl Equiv	% Atract	Pobl Equiv	% Atract	Pobl Equiv	% Atract	Pobl Equiv
TOTAL	33444	94,3%	29.314	95,9%	30.584	81,6%	25.145	85,7%	26.461	79,9%	24.033
	15911						0				
Barbastro	15911	98,8%	15.720	98,8%	15.720	86,2%	13.711	90,5%	14.392	85,6%	13.615
Residentes	15592	99,8%	15.560	99,8%	15.560	87,7%	13.679	91,8%	14.317	86,9%	13.551
2ª Residencia	319	50,0%	159	50,0%	159	10,0%	32	23,5%	75	20,0%	64
Resto del Somontano	7623	88,3%	6.734	96,7%	7.369	81,7%	6.225	85,0%	6.480	78,3%	5.971
Fuera del Somontano	9910	69,2%	6.861	75,6%	7.496	52,6%	5.209	56,4%	5.590	44,9%	4.447

La población equivalente obtenida debe ponderarse con la posible evasión de gasto a otras centralidades comerciales. En este sentido, obtenemos la capacidad de atracción de cada sector, para cada grupo de población, a partir de las respuestas de la *encuesta de hábitos de compra y consumo*, realizada en Barbastro.

En el cuadro, observamos que el comportamiento de compra más elevado corresponde al sector de *alimentación seca*, con una media de **95,9% de atractividad**. Los datos de este sector los utilizaremos como **población aplicada** para establecer el potencial de demanda en el cálculo del gasto anual, ya que se trata de población que, de manera efectiva, realiza parte de su compra en Barbastro y, por tanto, se convierte en nuestro público consumidor objetivo.



EQUILIBRIO COMERCIAL: GASTO MEDIO ANUAL COMERCIALIZABLE

GASTO MEDIO ANUAL COMERCIALIZABLE	€/pers/año Barbastro
Alimentación fresca	917,58 €
Alimentación seca y droguería	755,14 €
Vestido y calzado	559,33 €
Equipamiento del hogar	294,15 €
Ocio, cultura y deporte	307,32 €
Total gasto comercializable	2.833,52 €

El dato de **Gasto medio anual comercializable** lo hemos obtenido de las respuestas de los propios consumidores en la *encuesta de hábitos de compra y consumo*. Hemos contrastado estos datos con otras fuentes, como la **Encuesta continua de Presupuestos Familiares (INE 2002)** o los datos del **Plan de Equipamiento Comercial de Aragón** para municipios de **polaridad 3**.

En el único sector en el que se detectaba alguna irregularidad era en *Vestido y Calzado*, y se ha realizado la correspondiente corrección, con datos actualizados con el IPC de junio 2005, de manera que los datos guarden coherencia con la realidad comercial.

En el cuadro superior podemos ver el **gasto por persona y año** obtenido para uno de los sectores. Para adaptar el gasto por hogar al gasto por persona se ha considerado que el tamaño medio familiar es de 2,73 personas, según datos del **Instituto Aragonés de Estadística**.



EQUILIBRIO COMERCIAL: DEMANDA AGREGADA

	POBLACION EQUIVALENTE		POBLACION APLICADA	ALIMENTACION FRESCA	ALIMENTACION SECA/DROGUERIA	VESTIDO Y CALZADO	EQUIPAMIENTO DEL HOGAR	OCIO, DEPORTE Y CULTURA
	ATRACTIVIDAD	%		Gasto Estimado	Gasto Estimado	Gasto Estimado	Gasto Estimado	Gasto Estimado
TOTAL	33.444	95,9%	30.584	28.063.593	23.095.397	17.106.768	8.996.463	9.399.290
Barbastro	15.911	98,8%	15.720	14.423.920,25 €	11.870.403,26 €	8.792.411,38 €	4.623.936,16 €	4.830.978,07 €
Residentes	15.592	99,8%	15.560	14.277.633,02 €	11.750.013,78 €	8.703.238,85 €	4.577.040,25 €	4.781.982,35 €
2ª Residencia	319	50,0%	159	146.287,22 €	120.389,49 €	89.172,53 €	46.895,90 €	48.995,72 €
Resto del Somontano	7.623	96,7%	7.369	6.761.547,28 €	5.564.526,95 €	4.121.646,84 €	2.167.577,36 €	2.264.633,06 €
Fuera del Somontano	9.910	75,6%	7.496	6.878.125,68 €	5.660.467,07 €	4.192.709,71 €	2.204.949,38 €	2.303.678,46 €
Total	33.444			28.063.593,20 €	23.095.397,28 €	17.106.767,93 €	8.996.462,89 €	9.399.289,59 €

A los datos de población les aplicamos el gasto medio anual comercializable para cada sector, obtenidos en el apartado anterior.

Con este procedimiento obtenemos el **Gasto total comercializable** agrupado por sectores, que resumimos en el cuadro adjunto y que compone el total de la **Demanda Agregada**, con un gasto total estimado de **86.661.510,89 €**.

SECTOR	Gasto total por sector
Alimentación Fresca	28.063.593,20 €
Alimentación Seca/Droguería	23.095.397,28 €
Equipamiento del hogar	8.996.462,89 €
Vestido y Calzado	17.106.767,93 €
Ocio, cultura y deporte	9.399.289,59 €
Total gasto comercializable	86.661.510,89 €



SECTOR	Superficie por sector	Facturación por m ²	Facturación por sector
Alimentación Fresca	5.437	4.425,98 €	24.064.068,70 €
Alimentación Seca/Droguería	6.638	4.399,32 €	29.202.662,53 €
Equipamiento del hogar	7.637	1.568,08 €	11.975.441,32 €
Vestido y Calzado	5.583	2.321,06 €	12.958.482,45 €
Otros	5.555	2.849,26 €	15.827.647,52 €
Total Facturación			94.028.302,52 €

Para fijar la facturación de cada sector, se ha deducido del *Plan de Equipamiento Comercial de Aragón* la rentabilidad por grupo de gasto y se ha actualizado con el IPC a junio del 2.005; del *Estudio de hábitos de compra y consumo de Barbastro* se ha extraído el comportamiento relativo a tipo de comercio y se ha aplicado el peso correspondiente a *comercio especializado* y *comercio polivalente*; este mismo peso se ha utilizado para completar la superficie de cada sector con la parte proveniente de comercio mixto. En este sentido, se ha seguido la metodología propia del *Plan de equipamiento Comercial de Aragón*, ponderada con la información específica de la encuesta para los consumidores en Barbastro.

En el cuadro adjunto pueden verse los importes resultantes de la aplicación de esta metodología, y los importes de facturación total obtenida por cada sector.



SECTOR	Facturación por sector	Gasto captado por sector	OA-DA	DIMENSIONADO MÁXIMO (m ²)
Alimentación Fresca	24.064.068,70 €	28.063.593,20 €	-3.999.524,50 €	-904
Alimentación Seca/Droguería	29.202.662,53 €	23.095.397,28 €	6.107.265,25 €	0
Equipamiento del hogar	11.975.441,32 €	8.996.462,89 €	2.978.978,42 €	0
Vestido y Calzado	12.958.482,45 €	17.106.767,93 €	-4.148.285,49 €	-1.787
Otros	15.827.647,52 €	9.399.289,59 €	6.428.357,93 €	0
TOTAL	94.028.302,52 €	86.661.510,89 €	7.366.791,62 €	

De la comparación entre **Oferta Agregada** y **Demanda Agregada** obtenemos los importes de facturación que nos indican superávit y déficit para cada uno de los sectores.

Aplicando los datos de facturación a estos importes obtenemos las posibilidades de crecimiento o no de cada sector en m² de superficie de comercial.

Cabe destacar que en los datos de equilibrio mostrados en el cuadro superior, ya se incluye la contabilización de superficies correspondiente al *comercio polivalente*, que se ha distribuido en función de su peso relativo en cada sector.



- Del **Balance Comercial** se deduce, en primer lugar, que existe un importante **exceso de oferta**, cuantificado en términos totales en **7.366.791,62 €**. Este dato nos confirma el potencial en cuanto a dotación comercial de Barbastro, con un comercio capaz de hacer frente a la capacidad de atracción que le corresponde como capitalidad comercial del Somontano de Barbastro.
- Destaca el **desequilibrio** entre oferta y demanda identificado en el sector de alimentación seca y droguería, con un claro exceso de oferta proveniente de la entrada en los últimos años de diferentes operadores de *comercio polivalente*, situación que afecta también, aunque en menor medida, a los sectores de *Equipamiento del hogar y Otros*.



- El **déficit** obtenido en el grupo de *Alimentación fresca* nos permite plantear la posibilidad de autorizar **904 m2 de superficie**. Esta situación puede relacionarse con la desaparición del *Mercado Municipal* de producto fresco, absorbida parcialmente por la entrada de hipermercados u otros formatos de *comercio polivalente*. Queda claro que este déficit no puede solucionarse por esta vía, dado el superávit de oferta existente en el resto de los sectores y, especialmente, en el de *Alimentación seca*.
- El otro sector que presenta situación de **déficit** es el de *Vestido y calzado*, con una cifra que equivale a un dimensionado máximo de **1.787 m2**. Este dato es coherente con las carencias detectadas en el *estudio de hábitos de compra y consumo*, en el que se identifica una evasión de gasto en este sector, motivada principalmente por la ausencia de una oferta en *Vestido y calzado* de gama media, con una buena relación calidad-precio, que el consumidor identifica con el comercio de ropa de tipo franquiciado, de escasa implementación en el municipio de Barbastro.

NOTA: Debe tenerse en cuenta que en la obtención de estos datos de equilibrio comercial, no se han contabilizado las entradas previstas de operadores comerciales, que agravarán la situación actual, especialmente en el sector de *Alimentación seca*.



PREDOMINIO DE ESTABLECIMIENTOS DE DIMENSIONES MUY PEQUEÑAS, ESPECIALMENTE EN EL PASEO DEL COSO

CAUSA	EFFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Abundan los edificios y comercios antiguos. 	<ul style="list-style-type: none"> Dificultades de instauración de franquicias u otros establecimientos de ropa modernizados.

El Paseo del Coso representa una de las zonas en las que se presenta con más claridad el problema del espacio interior de los establecimientos. Como se puede observar en las fotografías, los locales son extremadamente pequeños y prácticamente no hay espacio para exponer la mercadería en los escaparates. Este hecho condiciona el tipo de comercio y las potencialidades de la zona.

Se trata, en general, de comercios muy antiguos y, con frecuencia, con pocas posibilidades de relevo generacional. Se caracterizan, por otra parte, por la ausencia de reformas en el interior, la falta de aplicación de técnicas de visual merchandising y una oferta básicamente de proximidad.



■ La zona del Paseo del Coso se caracteriza por la incompatibilidad de aparcamiento con el paseo de los peatones (los coches mal aparcados invaden espacios para peatones: (fot. 1), la estrechez de las aceras (fot. 2) y los espacios inutilizados por grandes calzadas de prioridad absoluta del tránsito que no favorecen la comodidad de los peatones (fot. 3).



AMENAZAS: Comarca del Somontano

TENDENCIA AL DECRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> En los últimos 5 años (1999-2004), la población de la comarca, sin tener en cuenta la población de Barbastro, ha disminuido un 3,5%. 	<ul style="list-style-type: none"> Disminución de la demanda.

	1999	2004	? 1999-2004	
Somontano de Barbastro	22.399	23.215	816	3,64%
Barbastro	14.503	15.592	1.089	7,51%
Somontano sin Barbastro	7.896	7.623	-273	-3,46%

TENDENCIA AL CIERRE DE COMERCIOS EN LOS MUNICIPIOS DE LA COMARCA

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Disminución de la clientela en el propio negocio. Emigración de personas jóvenes a otras poblaciones. Mayor competencia en otros municipios y cambio en los hábitos de consumo. 	<ul style="list-style-type: none"> Dificultades de revitalización y mantenimiento del propio comercio. Problemas de relevo generacional.

Existen diferencias relevantes entre los municipios con afluencia turística (como Alquezar o Bierge) y aquellos que no la tienen (como Estadilla, Peralta de Alcofea, Salas Altas y Berbegal). Según los y las entrevistadas, en los primeros se encuentra un comercio más estacional, con horarios que varían mucho en función de la temporada del año. En muchos casos los comercios deciden no abrir en temporada baja. En los municipios no turísticos existe una oferta más constante a lo largo del año pero con tendencia a decaer y a cerrar establecimientos por **falta de clientela** y una competencia cada vez más fuerte. Existe preocupación por el futuro del comercio en estos municipios, que algunos auguran como **futuro negro**.

Entre la competencia se nombra a Barbastro y Monzón principalmente, y a **grandes superficies y supermercados**, en cuanto a tipo de establecimiento

OPORTUNIDADES: Barbastro

TENDENCIA AL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> La población en Barbastro ha crecido un 7,5% entre 1999 y 2004. 	<ul style="list-style-type: none"> Aumento de la demanda en consumo.

	1999	2004	? 1999-2004	
Total Aragón	1.186.849	1.249.584	62.735	5,29%
Huesca	205.429	212.901	7.472	3,64%
Somontano de Barbastro	22.399	23.215	816	3,64%
Barbastro	14.503	15.592	1.089	7,51%

REHABILITACIÓN URBANÍSTICA

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Planes de recuperación de los márgenes del río en Barbastro y de permeabilización de la comunicación entre los dos márgenes del río. Construcción de viviendas de protección oficial. 	<ul style="list-style-type: none"> Percepción de reducción de las distancias y, por tanto, de la utilización del vehículo privado. Posibilidades de aumento de consumidores/as. Potencial crecimiento de la atractividad de la zona.

REHABILITACIÓN URBANÍSTICA EN TORNO A EL COSO Y GENERAL RICARDOS

CAUSA	EFECTO
<ul style="list-style-type: none"> Intención de abrir una circunvalación desde El Coso, mediante un vial nuevo que conecte la Avenida Ejército Español con la Avda. de la Merced. Planes de construcción de un aparcamiento público, con acceso a pie a General Ricardos y Paseo del Coso. Apertura de un hotel sobre el paseo. 	<ul style="list-style-type: none"> Potencial crecimiento de la atractividad de la zona por mejoras en la accesibilidad a la zona.

PLAN DE SEÑALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE BARBASTRO (LOCALIZACIÓN DE ACCESOS A LA CIUDAD, ZONAS DE ESTACIONAMIENTO, EQUIPAMIENTOS Y LUGARES DE INTERÉS HISTÓRICO Y ARTÍSTICO) Y ELIMINACIÓN DE BARRERAS ARQUITECTÓNICAS

CAUSA	EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> • Interés por resolver obstáculos y barreras para personas con dificultades de movilidad. • Promoción del turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la circulación y la accesibilidad a la ciudad, tanto en vehículo como para peatones. Las actuaciones se realizarán especialmente en zonas de interés comercial.

MEJORAS EN LA ILUMINACIÓN DEL CASCO ANTIGUO Y DEL ENTORNO DE LA AVENIDA DEL CINCA Y DE LA C/SAINT GAUDENS

CAUSA	EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> • Intención de solucionar la escasa y poco eficiente iluminación en las calles más comerciales de Barbastro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la movilidad. • Percepción de seguridad.

OPORTUNIDADES: Comarca del Somontano

DESARROLLO DEL PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA

CAUSA	EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> • En este contexto, se realizarán inversiones en infraestructuras turísticas y equipamientos (aparcamiento en Alquézar), rehabilitación y adecuación de entornos, creación de oficinas de Turismo y Centros de interpretación, Plan de Eventos y sensibilización, señalización, promoción de nuevas tecnologías, así como formación y promoción de la calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Posibilidades de promoción económica de la comarca.

MEJORAS DE INFRAESTRUCTURAS

CAUSA	EFEECTO
<ul style="list-style-type: none"> • Transformación de la N-240 en autovía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la accesibilidad a municipios pequeños. • Posible fomento del turismo.



daleph.bcn@daleph.com

Tel.: 932 188 882 Fax: 932 187 273
Comte d'Urgell, 143, 5è
08036 Barcelona

daleph.mad@daleph.com

Tel.: 911 441 370 Fax: 913 001 140
Moscatelar, 1 N
28043 Madrid

daleph.svg@daleph.com

Tel.: 954 237 799 Fax: 954 238 120
Avda. de la Palmera. Glorieta Plus Ultra, 2
41012 Sevilla

