

ESTUDIO Y EVALUACIÓN DE LA APLICACIÓN DEL  
"PLAN GENERAL PARA EL EQUIPAMIENTO  
COMERCIAL DE ARAGÓN"

**3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA REALIZADA A  
CONSUMIDORES EN MUNICIPIOS MAYORES DE  
1000 HABITANTES (excepto Zaragoza)**

**HÁBITOS DE CONSUMO CON RELACIÓN A:**

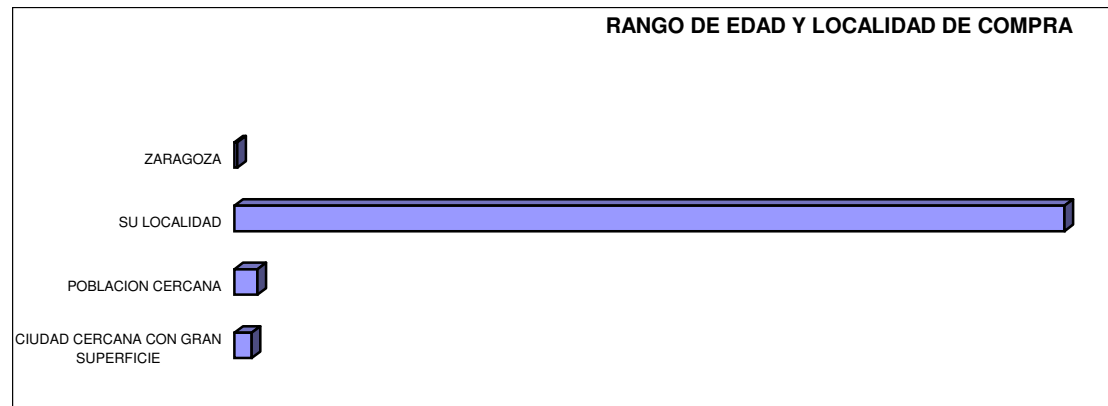
- } ZONAS COMERCIALES**
- } ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES**
- } FAMILIAS Y TIPOS DE PRODUCTOS**
- } MOTIVACIONES DE COMPRA**
- } FRECUENCIA DE LAS COMPRAS**

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

### **Grupo De Productos Alimentación**

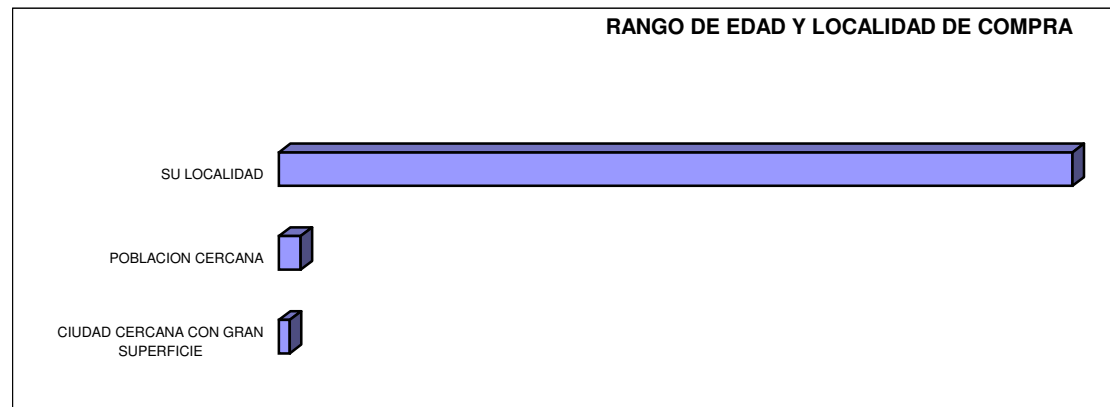
Productos Todos

<b>Rango Localidad De Compra</b>	<b>Ciudad Cercana Con Gran Superficie</b>	<b>Población Cercana</b>	<b>Su Localidad</b>	<b>Zaragoza</b>
15 A 19	18,18%		81,82%	
20 A 24	4,17%		95,83%	
25 A 29		4,76%	95,24%	
30 A 34		3,57%	96,43%	
35 A 39			97,06%	2,94%
40 A 44			100,00%	
45 A 49			100,00%	
50 A 54			100,00%	
55 A 59		18,18%	81,82%	
60 A 64			100,00%	
65 A 69		3,57%	96,43%	
70 A 75	5,00%		95,00%	
<b>Total</b>	<b>1,97%</b>	<b>2,63%</b>	<b>95,07%</b>	<b>0,33%</b>



**Grupo De Productos Alimentación**  
 Productos Perecer os

Rango Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Su Localidad
15 A 19	18,18%		81,82%
20 A 24			100,00%
25 A 29		4,76%	95,24%
30 A 34			100,00%
35 A 39			100,00%
40 A 44			100,00%
45 A 49			100,00%
50 A 54			100,00%
55 A 59		18,18%	81,82%
60 A 64			100,00%
65 A 69		7,14%	92,86%
70 A 75			100,00%
Total	1,32%	2,63%	96,05%

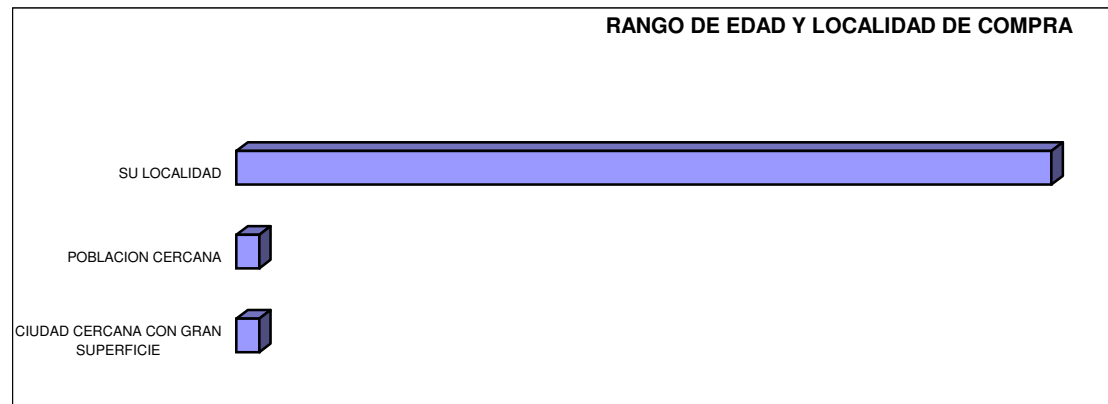


## Estudio y Evaluación de la Aplicación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

---

**Grupo De Productos**    **Alimentación**  
**Productos**                    **No Perecederos**

<b>Rango / Localidad De Compra</b>	<b>Ciudad Cercana Con Gran Superficie</b>	<b>Población Cercana</b>	<b>Su Localidad</b>	<b>Zaragoza</b>
15 A 19	18,18%		81,82%	
20 A 24	8,33%		91,67%	
25 A 29		4,76%	95,24%	
30 A 34		7,14%	92,86%	
35 A 39			94,12%	5,88%
40 A 44			100,00%	
45 A 49			100,00%	
50 A 54			100,00%	
55 A 59		18,18%	81,82%	
60 A 64			100,00%	
65 A 69			100,00%	
70 A 75	10,00%		90,00%	
<b>Total</b>	<b>2,63%</b>	<b>2,63%</b>	<b>94,08%</b>	<b>0,66%</b>

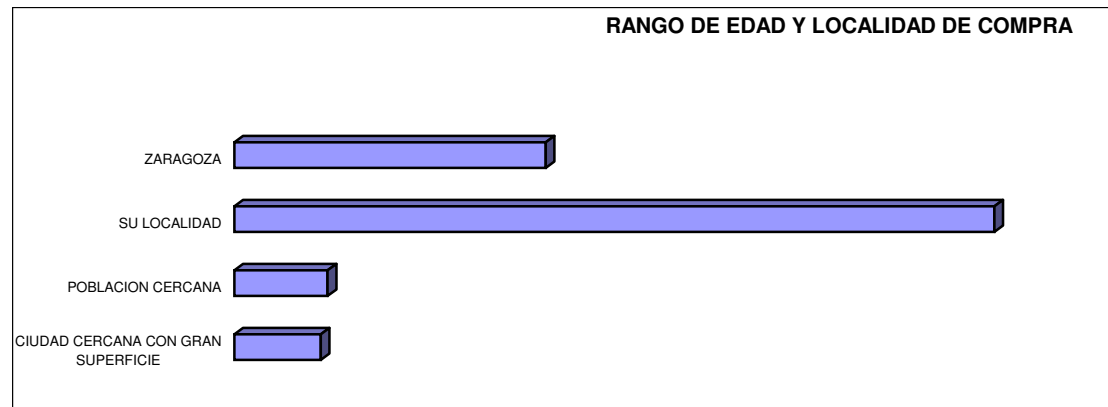


**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Todos

Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Localidad	Su Zaragoza
15 A 19		6,06%	63,64%	30,30%
20 A 24	2,78%	5,56%	38,89%	52,78%
25 A 29		13,49%	50,79%	35,71%
30 A 34		14,29%	50,00%	35,71%
35 A 39	3,92%	9,80%	54,90%	31,37%
40 A 44	5,95%	9,52%	61,90%	22,62%
45 A 49	3,03%	1,52%	81,82%	13,64%
50 A 54	6,67%	13,33%	46,67%	33,33%
55 A 59	1,52%	6,06%	75,76%	16,67%
60 A 64	16,67%		80,95%	2,38%
65 A 69	22,62%		76,19%	1,19%
70 A 75	31,67%		66,67%	1,67%
Total	6,91%	7,46%	60,75%	24,89%

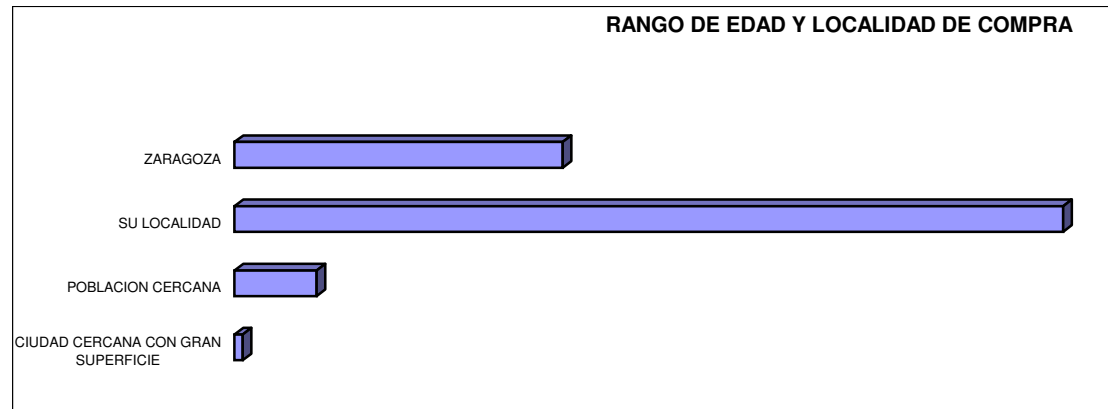




**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Ropa

Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Su Zaragoza	
15 A 19			63,64%	36,36%
20 A 24			41,67%	58,33%
25 A 29		9,52%	45,24%	45,24%
30 A 34		14,29%	35,71%	50,00%
35 A 39		5,88%	70,59%	23,53%
40 A 44		14,29%	64,29%	21,43%
45 A 49			86,36%	13,64%
50 A 54		20,00%	50,00%	30,00%
55 A 59		9,09%	81,82%	9,09%
60 A 64			100,00%	
65 A 69	7,14%		92,86%	
70 A 75			100,00%	
Total	0,66%	6,58%	66,45%	26,32%

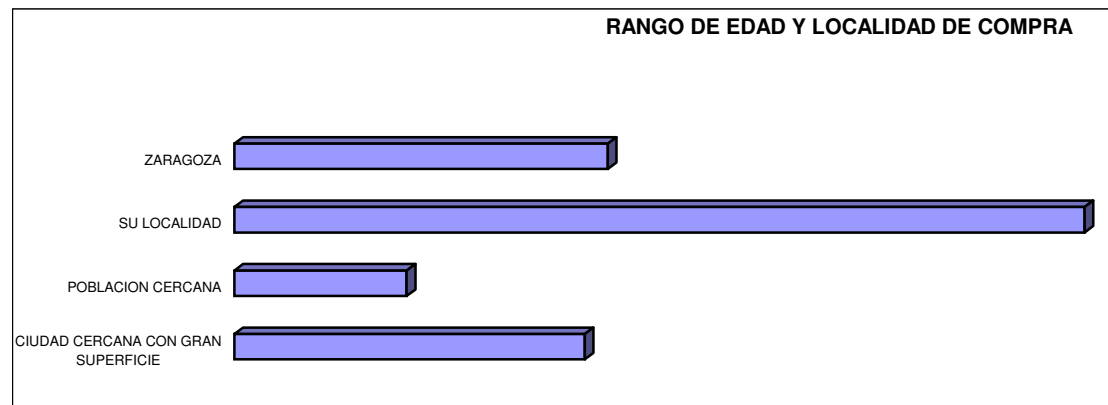


**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos

Deportes

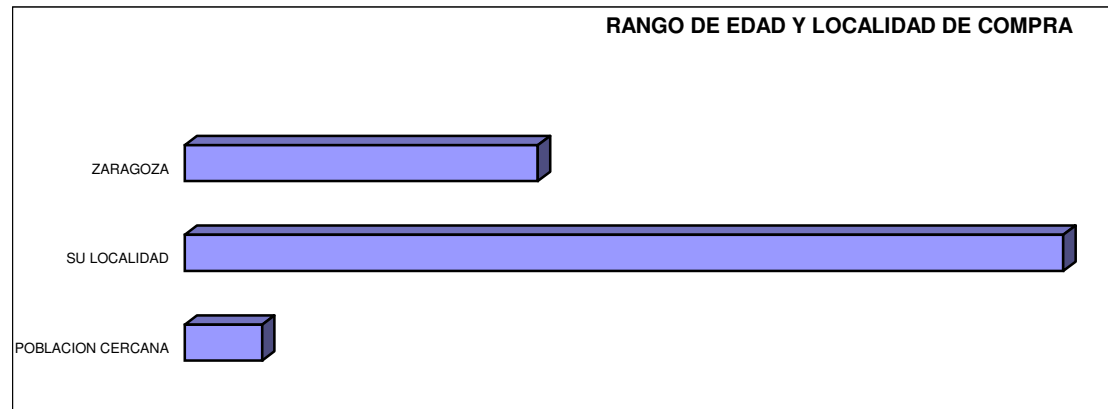
Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Localidad Zaragoza	Su Zaragoza
15 A 19		18,18%	54,55%	27,27%
20 A 24	8,33%	16,67%	25,00%	50,00%
25 A 29		21,43%	57,14%	21,43%
30 A 34		14,29%	64,29%	21,43%
35 A 39	11,76%	17,65%	41,18%	29,41%
40 A 44	17,86%	7,14%	57,14%	17,86%
45 A 49	9,09%	4,55%	72,73%	13,64%
50 A 54	20,00%		50,00%	30,00%
55 A 59	4,55%		72,73%	22,73%
60 A 64	50,00%		42,86%	7,14%
65 A 69	60,71%		35,71%	3,57%
70 A 75	95,00%			5,00%
Total	20,07%	9,87%	48,68%	21,38%



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Calzado Y Complementos

<b>Rango / Localidad De Compra</b>	<b>Población Cercana</b>	<b>Su Localidad</b>	<b>Zaragoza</b>
15 A 19		72,73%	27,27%
20 A 24		50,00%	50,00%
25 A 29	9,52%	50,00%	40,48%
30 A 34	14,29%	50,00%	35,71%
35 A 39	5,88%	52,94%	41,18%
40 A 44	7,14%	64,29%	28,57%
45 A 49		86,36%	13,64%
50 A 54	20,00%	40,00%	40,00%
55 A 59	9,09%	72,73%	18,18%
60 A 64		100,00%	
65 A 69		100,00%	
70 A 75		100,00%	
Total	5,92%	67,11%	26,97%



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

---

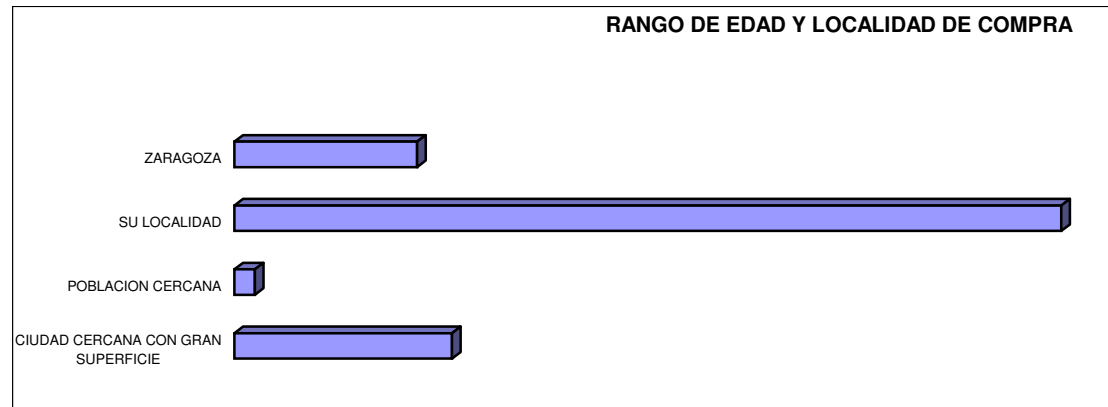
### **Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos

Todos

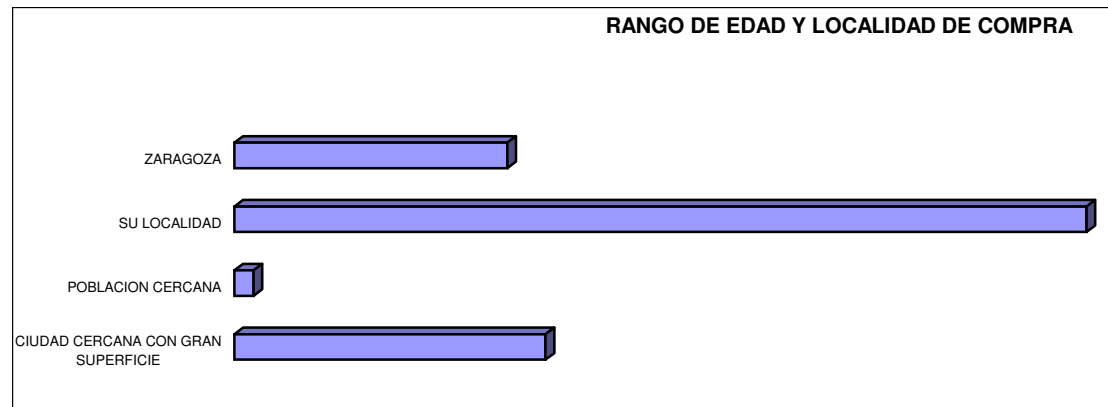
<b>Rango / Localidad De Compra</b>	<b>Ciudad Cercana Con Gran Superficie</b>	<b>Población Cercana</b>	<b>Localidad Zaragoza</b>
15 A 19	55,68%	27,27%	17,05%
20 A 24	33,33%	50,00%	16,67%
25 A 29	9,52%	8,33%	55,36% 26,79%
30 A 34	8,93%	3,57%	66,07% 21,43%
35 A 39	11,03%	67,65%	21,32%
40 A 44		87,50%	12,50%
45 A 49	14,77%	80,68%	4,55%
50 A 54	5,00%	72,50%	22,50%
55 A 59	18,18%	2,27%	72,73% 6,82%
60 A 64	7,14%	92,86%	
65 A 69	16,96%	76,79%	6,25%
70 A 75	42,50%	57,50%	
<b>Total</b>	<b>17,43%</b>	<b>1,64%</b>	<b>66,28% 14,64%</b>





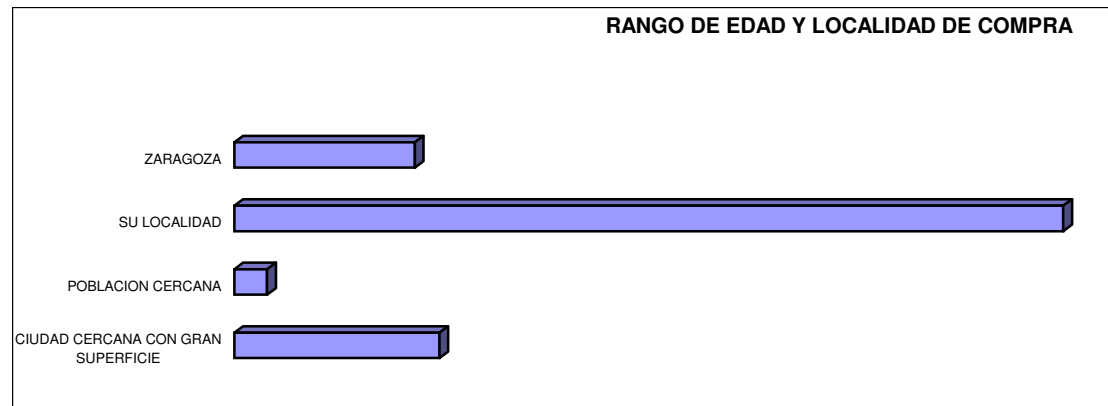
**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
 Productos Textil Hogar

Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Localidad Zaragoza
15 A 19	54,55%	27,27%	18,18%
20 A 24	41,67%	50,00%	8,33%
25 A 29	7,14%	4,76%	40,48% 47,62%
30 A 34	10,71%	7,14%	57,14% 25,00%
35 A 39	29,41%	47,06%	23,53%
40 A 44		85,71%	14,29%
45 A 49	13,64%	68,18%	18,18%
50 A 54	10,00%	70,00%	20,00%
55 A 59	27,27%	63,64%	9,09%
60 A 64	14,29%	85,71%	
65 A 69	21,43%	71,43%	7,14%
70 A 75	40,00%	60,00%	
Total	21,38%	1,32%	58,55% 18,75%



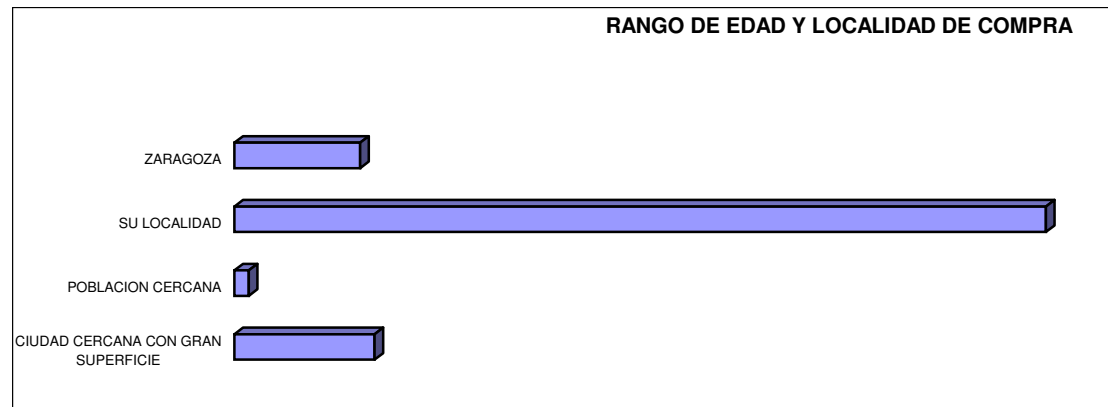
**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
 Productos Mobiliario

Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Localidad Zaragoza
15 A 19	59,09%	27,27%	13,64%
20 A 24	33,33%	41,67%	25,00%
25 A 29	19,05%	9,52%	47,62%
30 A 34	3,57%	7,14%	64,29%
35 A 39	14,71%	70,59%	14,71%
40 A 44		85,71%	14,29%
45 A 49	9,09%	90,91%	
50 A 54		80,00%	20,00%
55 A 59	9,09%	9,09%	81,82%
60 A 64		100,00%	
65 A 69	3,57%	78,57%	17,86%
70 A 75	50,00%	50,00%	
Total	16,45%	2,63%	66,45%



**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
 Productos Electrodomésticos

Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Localidad Zaragoza
15 A 19	54,55%		27,27% 18,18%
20 A 24	33,33%		50,00% 16,67%
25 A 29	9,52%	9,52%	69,05% 11,90%
30 A 34	7,14%		78,57% 14,29%
35 A 39			76,47% 23,53%
40 A 44			92,86% 7,14%
45 A 49	4,55%		95,45%
50 A 54			70,00% 30,00%
55 A 59	9,09%		81,82% 9,09%
60 A 64			100,00%
65 A 69	14,29%		85,71%
70 A 75	30,00%		70,00%
Total	12,83%	1,32%	74,34% 11,51%

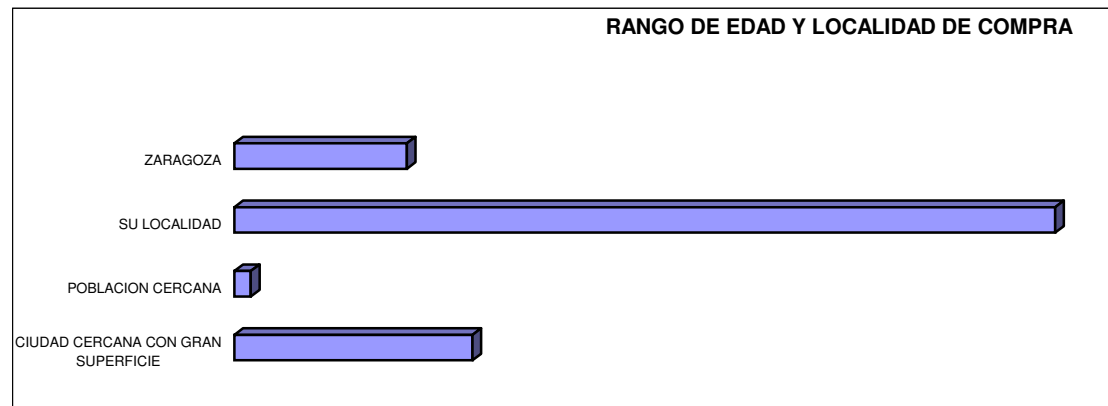


**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Mencje

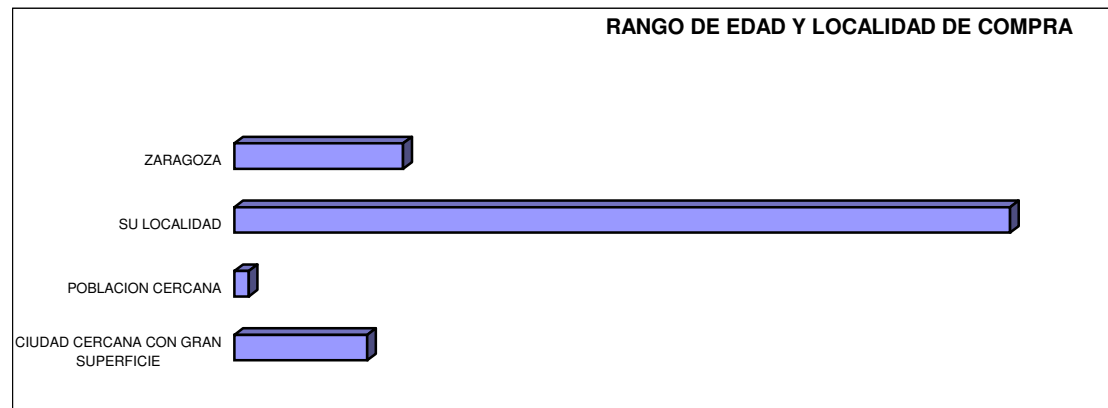
Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Localidad Zaragoza
15 A 19	54,55%		27,27% 18,18%
20 A 24	25,00%		58,33% 16,67%
25 A 29	2,38%	9,52%	64,29% 23,81%
30 A 34	14,29%		64,29% 21,43%
35 A 39			76,47% 23,53%
40 A 44			85,71% 14,29%
45 A 49	31,82%		68,18%
50 A 54	10,00%		70,00% 20,00%
55 A 59	27,27%		63,64% 9,09%
60 A 64	14,29%		85,71%
65 A 69	28,57%		71,43%
70 A 75	50,00%		50,00%
Total	19,08%	1,32%	65,79% 13,82%





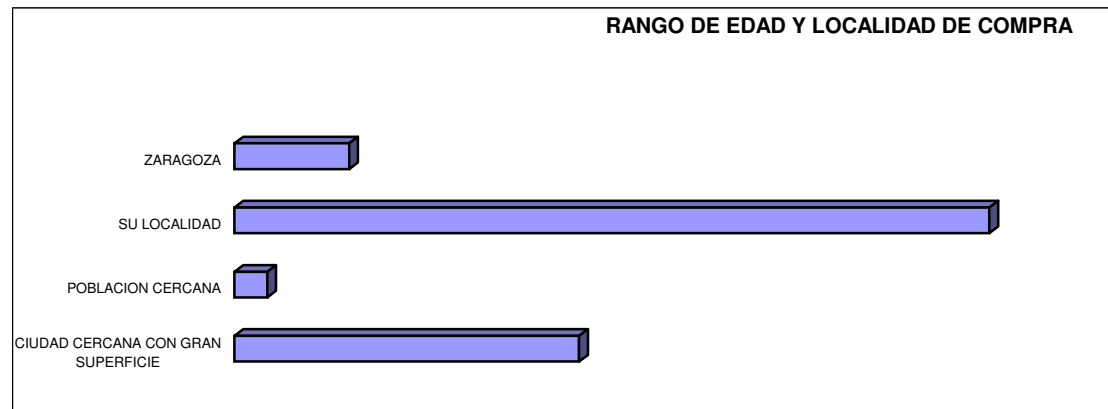
<b>Grupo De Productos</b>	<b>Ocio</b>
Productos	Productos De Ocio

<b>Rango / Localidad De Compra</b>	<b>Ciudad Cercana Con Gran Superficie</b>	<b>Población Cercana</b>	<b>Localidad Zaragoza</b>
15 A 19			90,91% 9,09%
20 A 24	8,33%		50,00% 41,67%
25 A 29	7,14%	9,52%	64,29% 19,05%
30 A 34			78,57% 21,43%
35 A 39	2,94%		82,35% 14,71%
40 A 44	3,57%		92,86% 3,57%
45 A 49	9,09%		68,18% 22,73%
50 A 54			80,00% 20,00%
55 A 59	4,55%		72,73% 22,73%
60 A 64	50,00%		42,86% 7,14%
65 A 69	28,57%		71,43%
70 A 75	60,00%		40,00%
Total	12,17%	1,32%	71,05% 15,46%



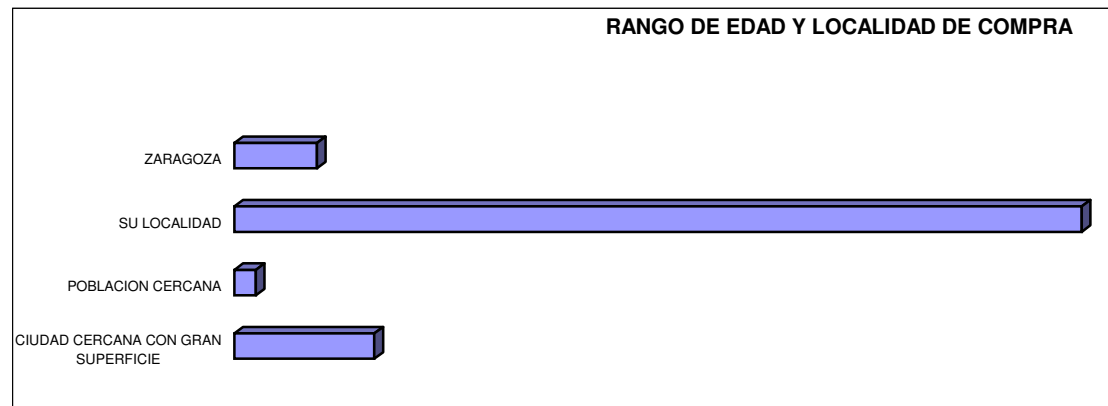
**Grupo De Productos Equipamiento**  
 Productos Ferretería

Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Localidad Zaragoza	
15 A 19	68,18%		9,09%	22,73%
20 A 24	45,83%		41,67%	12,50%
25 A 29	14,29%	9,52%	71,43%	4,76%
30 A 34	21,43%	7,14%	71,43%	
35 A 39	17,65%		82,35%	
40 A 44	21,43%		78,57%	
45 A 49	27,27%		63,64%	9,09%
50 A 54	5,00%		60,00%	35,00%
55 A 59	31,82%		54,55%	13,64%
60 A 64	28,57%		71,43%	
65 A 69	14,29%	7,14%	57,14%	21,43%
70 A 75	60,00%		40,00%	
Total	27,63%	2,63%	60,53%	9,21%



**Grupo De Productos Limpieza E Higiene**  
 Productos Droguería Y Perfumería

Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Localidad Zaragoza
15 A 19	45,45%		54,55%
20 A 24	8,33%		50,00% 41,67%
25 A 29	9,52%	9,52%	80,95%
30 A 34	7,14%	7,14%	85,71%
35 A 39	11,76%		82,35% 5,88%
40 A 44			100,00%
45 A 49	18,18%		72,73% 9,09%
50 A 54			100,00%
55 A 59	13,64%		72,73% 13,64%
60 A 64	14,29%		85,71%
65 A 69	7,14%		78,57% 14,29%
70 A 75	30,00%		60,00% 10,00%
Total	12,83%	1,97%	77,63% 7,57%



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

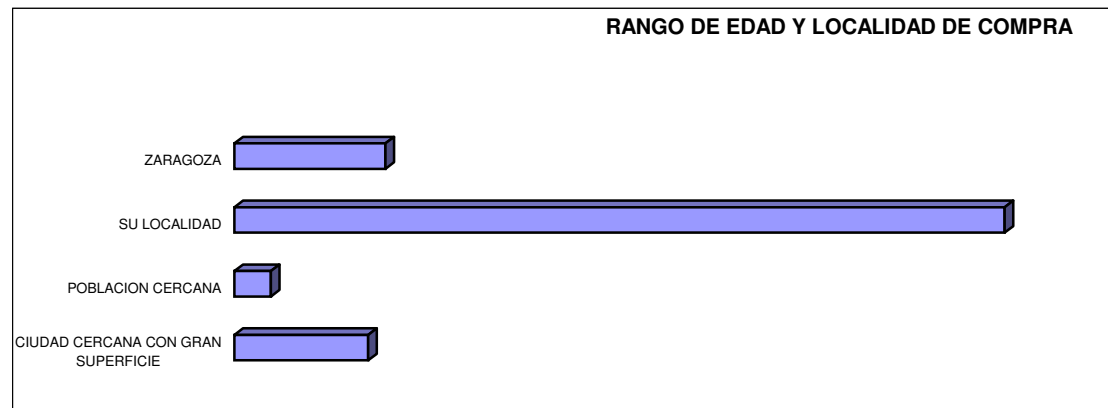
---

### Grupo De Productos    Todos

Productos                      Todos

Rango / Localidad De Compra	Ciudad Cercana Con Gran Superficie	Población Cercana	Su Localidad	Zaragoza
15 A 19	31,06%	1,52%	51,52%	15,91%
20 A 24	17,71%	1,39%	54,17%	26,74%
25 A 29	5,75%	9,33%	65,08%	19,84%
30 A 34	5,36%	6,55%	70,24%	17,86%
35 A 39	7,35%	2,45%	73,04%	17,16%
40 A 44	3,57%	2,38%	83,93%	10,12%
45 A 49	10,23%	0,38%	81,06%	8,33%
50 A 54	3,75%	3,33%	72,50%	20,42%
55 A 59	10,61%	5,30%	73,48%	10,61%
60 A 64	14,29%		84,52%	1,19%
65 A 69	15,48%	1,19%	77,98%	5,36%
70 A 75	35,42%		63,33%	1,25%
Total	12,25%	3,34%	70,56%	13,84%

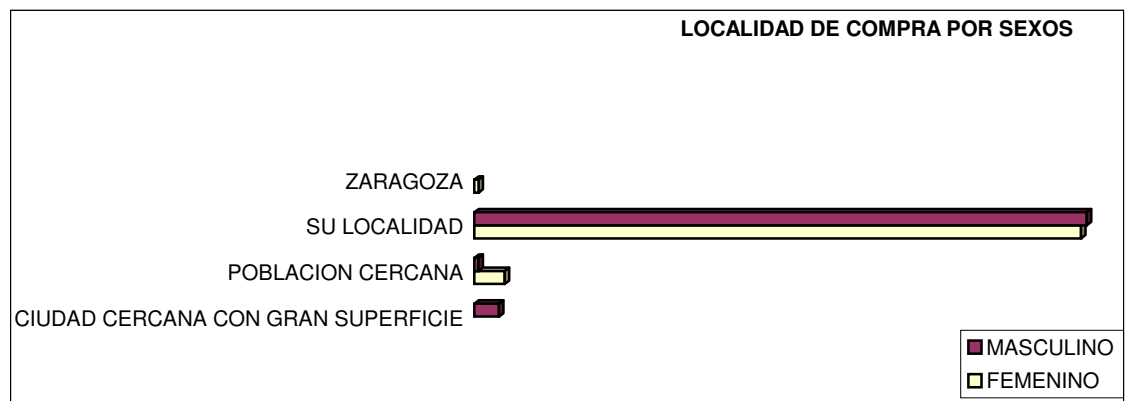




**Grupo De Productos Alimentación**

Productos Todos

Sexo / Localidad De Compra	Femenino	Masculino	Total
Ciudad Cercana Con Gran Superficie		3,85%	1,97%
Población Cercana	4,73%	0,64%	2,63%
Su Localidad	94,59%	95,51%	95,07%
Zaragoza	0,68%		0,33%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Alimentación**

Productos Perecer os

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie		2,56%	1,32%
Población Cercana	5,41%		2,63%
Su Localidad	94,59%	97,44%	96,05%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Alimentación**

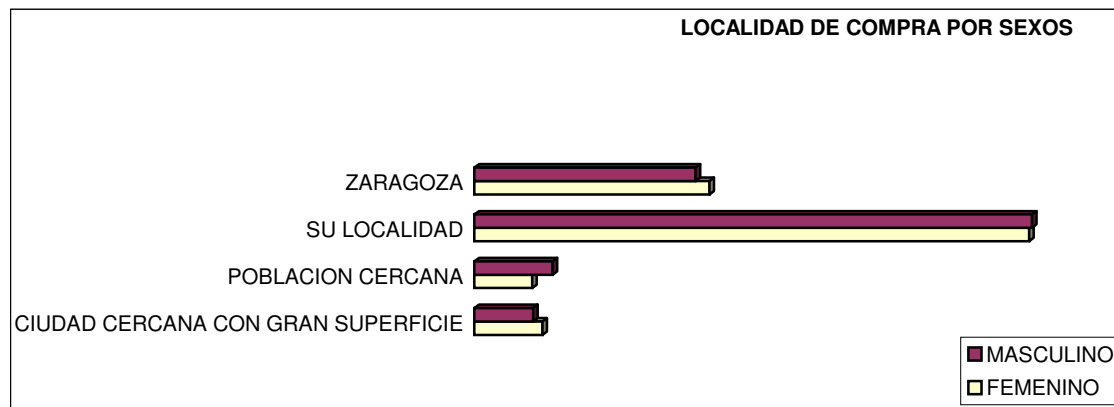
Productos No Perecederos

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie		5,13%	2,63%
Población Cercana	4,05%	1,28%	2,63%
Su Localidad	94,59%	93,59%	94,08%
Zaragoza	1,35%		0,66%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Todos

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	7,43%	6,41%	6,91%
Población Cercana	6,31%	8,55%	7,46%
Su Localidad	60,59%	60,90%	60,75%
Zaragoza	25,68%	24,15%	24,89%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



<b>Grupo De Productos</b>	<b>Equipamiento Personal</b>
Productos	Ropa

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie		1,28%	0,66%
Población Cercana	6,76%	6,41%	6,58%
Su Localidad	65,54%	67,31%	66,45%
Zaragoza	27,70%	25,00%	26,32%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

<b>Grupo De Productos</b>	<b>Equipamiento Personal</b>
Productos	Deportes

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	22,30%	17,95%	20,07%
Población Cercana	6,76%	12,82%	9,87%
Su Localidad	49,32%	48,08%	48,68%
Zaragoza	21,62%	21,15%	21,38%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Equipamiento Personal**  
Productos Calzado Y Complementos

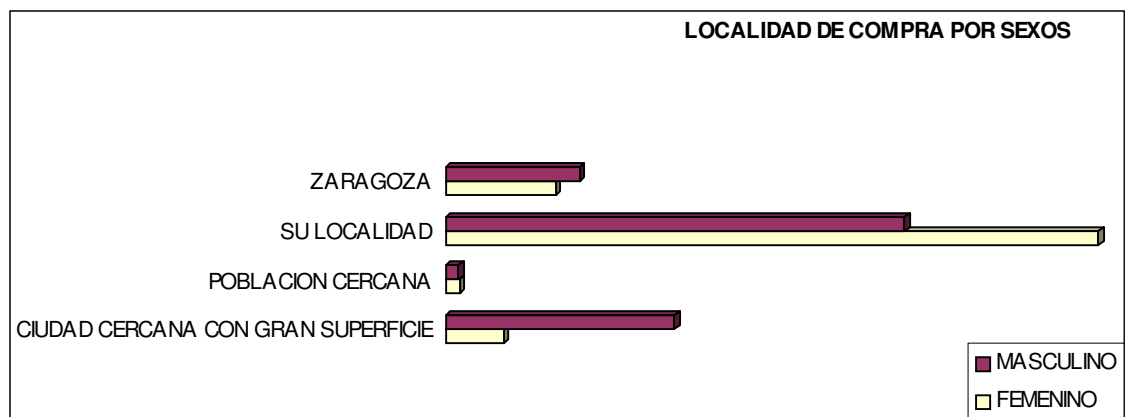
<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Población Cercana	5,41%	6,41%	5,92%
Su Localidad	66,89%	67,31%	67,11%
Zaragoza	27,70%	26,28%	26,97%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Todos

---

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	6,93%	27,40%	17,43%
Población Cercana	1,69%	1,60%	1,64%
Su Localidad	78,21%	54,97%	66,28%
Zaragoza	13,18%	16,03%	14,64%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



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

---

### **Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Textil Hogar

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	6,08%	35,90%	21,38%
Población Cercana	1,35%	1,28%	1,32%
Su Localidad	73,65%	44,23%	58,55%
Zaragoza	18,92%	18,59%	18,75%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

### **Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Mobiliario

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	8,78%	23,72%	16,45%
Población Cercana	2,70%	2,56%	2,63%
Su Localidad	74,32%	58,97%	66,45%
Zaragoza	14,19%	14,74%	14,47%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Electrodomésticos

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	8,11%	17,31%	12,83%
Población Cercana	1,35%	1,28%	1,32%
Su Localidad	81,08%	67,95%	74,34%
Zaragoza	9,46%	13,46%	11,51%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

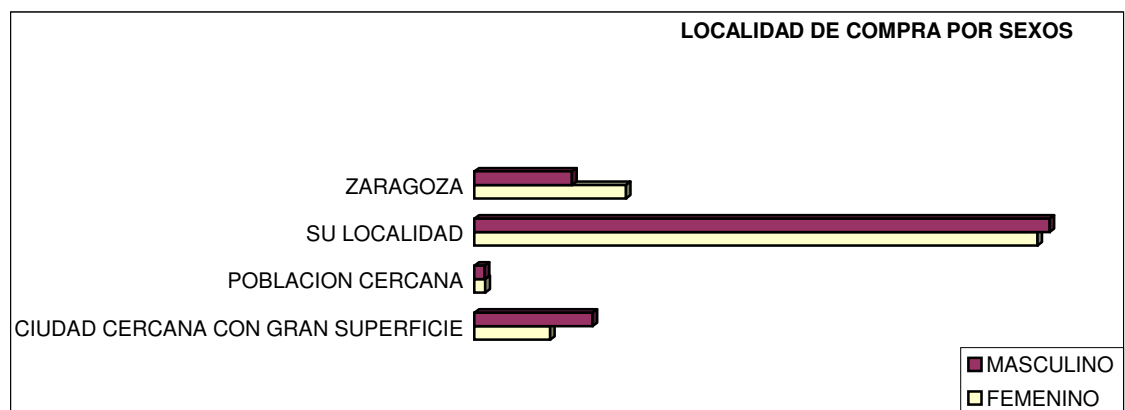
**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Menaje

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	4,73%	32,69%	19,08%
Población Cercana	1,35%	1,28%	1,32%
Su Localidad	83,78%	48,72%	65,79%
Zaragoza	10,14%	17,31%	13,82%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

<b>Grupo De Productos</b>	<b>Ocio</b>
Productos	Productos De Ocio

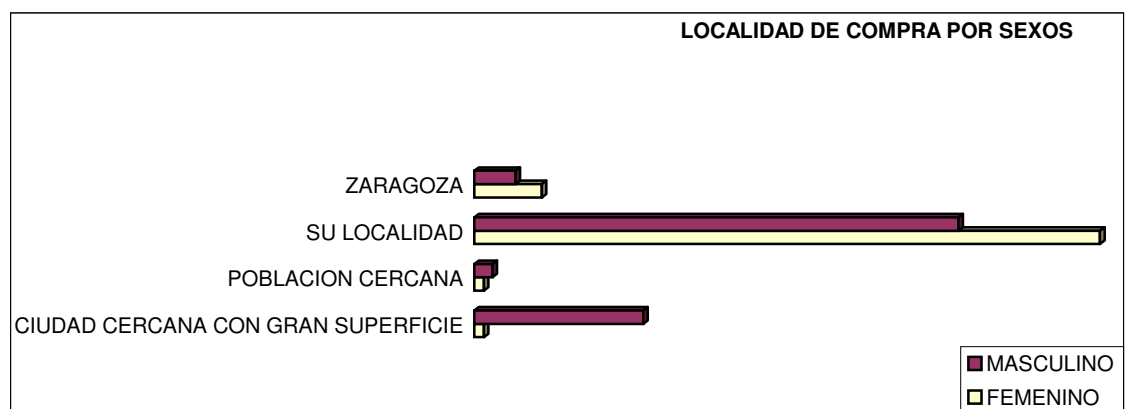
<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	9,46%	14,74%	12,17%
Población Cercana	1,35%	1,28%	1,32%
Su Localidad	70,27%	71,79%	71,05%
Zaragoza	18,92%	12,18%	15,46%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Limpieza E Higiene**

Productos Droguería Y Perfumería

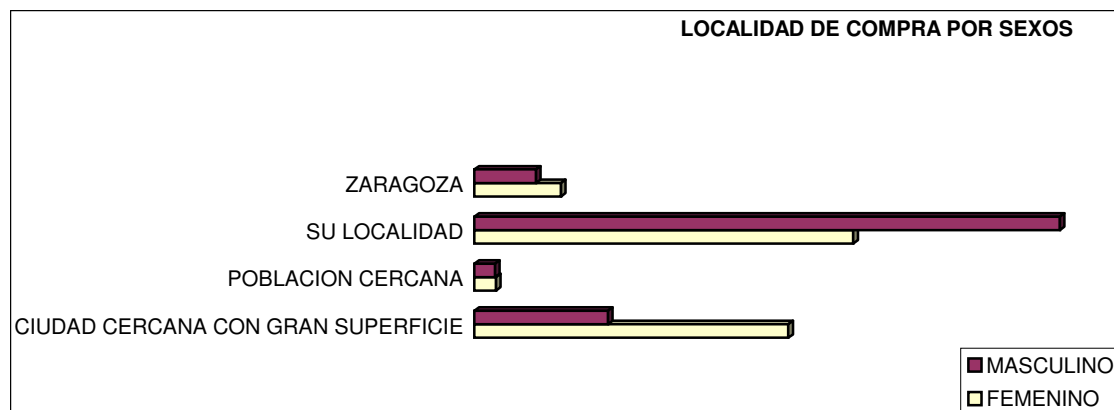
Sexo / Localidad De Compra	Femenino	Masculino	Total
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	1,35%	23,72%	12,83%
Población Cercana	1,35%	2,56%	1,97%
Su Localidad	87,84%	67,95%	77,63%
Zaragoza	9,46%	5,77%	7,57%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento**

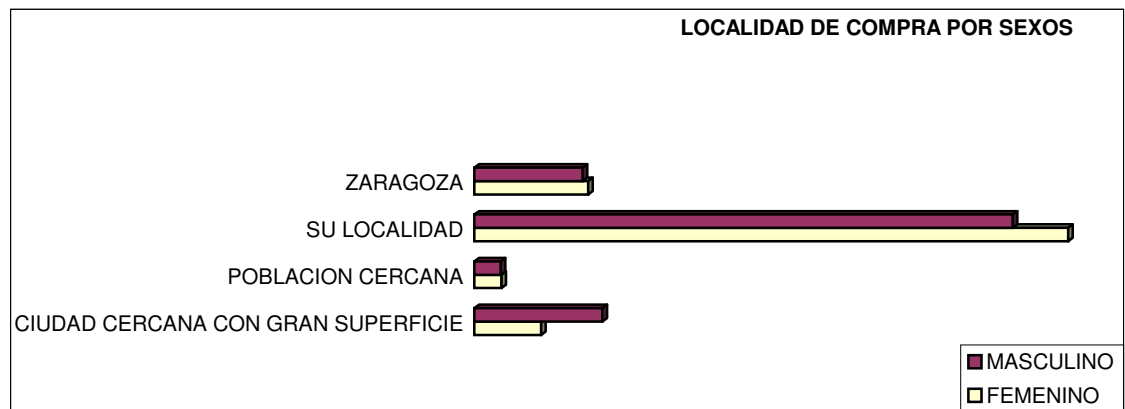
Productos Ferretería

<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	39,19%	16,67%	27,63%
Población Cercana	2,70%	2,56%	2,63%
Su Localidad	47,30%	73,08%	60,53%
Zaragoza	10,81%	7,69%	9,21%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



<b>Grupo De Productos</b>	<b>Todos</b>
Productos	Todos

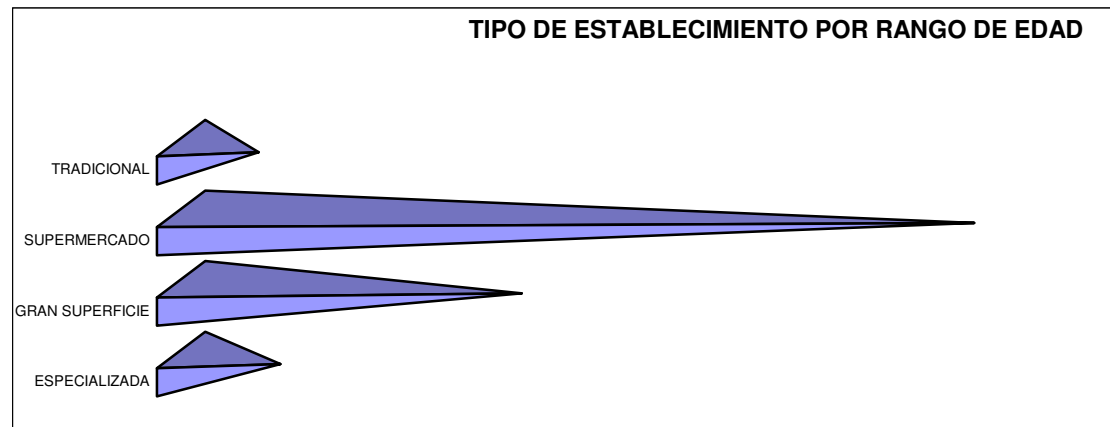
<b>Sexo / Localidad De Compra</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Ciudad Cercana Con Gran Superficie	8,33%	15,97%	12,25%
Población Cercana	3,38%	3,31%	3,34%
Su Localidad	74,10%	67,20%	70,56%
Zaragoza	14,19%	13,51%	13,84%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Alimentación**

Productos Todos

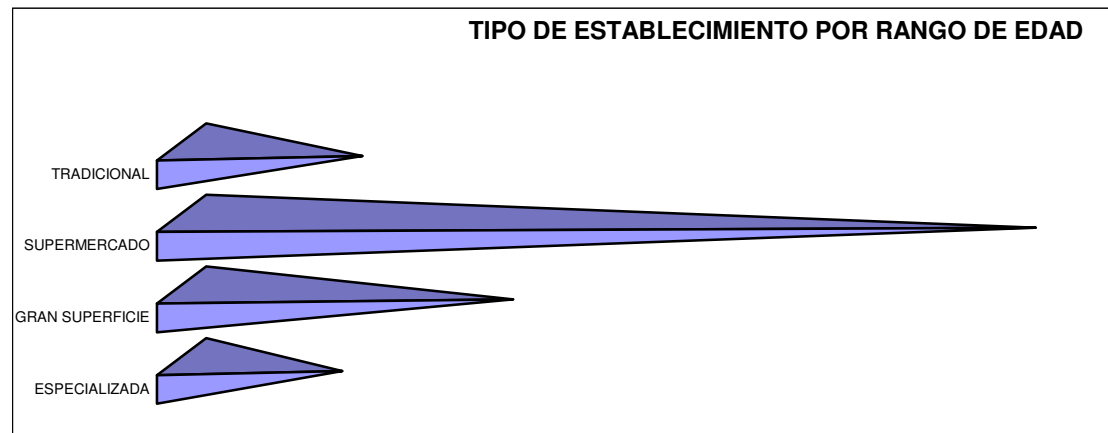
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Supermercado</b>	<b>Tradicional</b>
15 A 19	9,09%	27,27%	59,09%	4,55%
20 A 24	4,17%	4,17%	83,33%	8,33%
25 A 29	3,57%	41,67%	54,76%	
30 A 34		39,29%	60,71%	
35 A 39	11,76%	26,47%	61,76%	
40 A 44		32,14%	64,29%	3,57%
45 A 49	11,36%	38,64%	50,00%	
50 A 54		30,00%	65,00%	5,00%
55 A 59	4,55%	40,91%	45,45%	9,09%
60 A 64			92,86%	7,14%
65 A 69	21,43%	3,57%	57,14%	17,86%
70 A 75	25,00%	5,00%	45,00%	25,00%
Total	7,57%	25,99%	60,53%	5,92%



**Grupo De Productos Alimentación**  
 Productos Percepciones

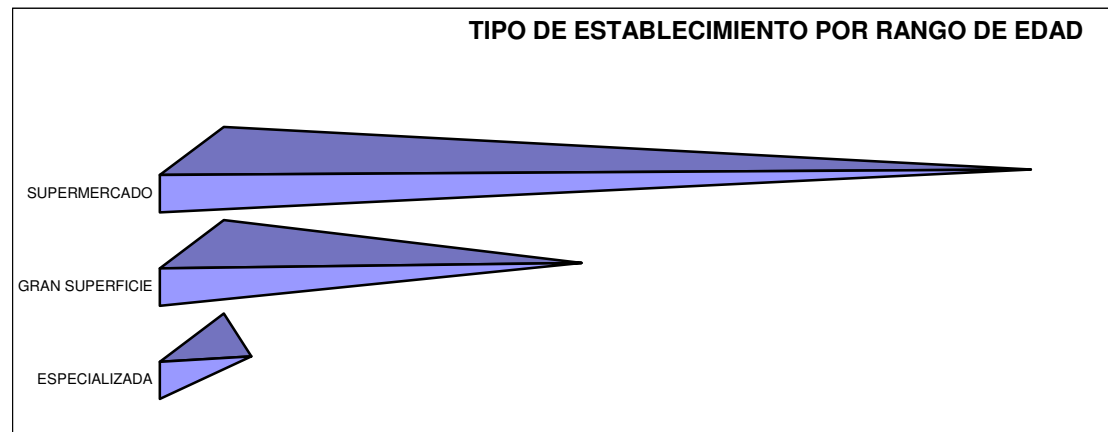
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Supermercado</b>	<b>Tradicional</b>
15 A 19	9,09%	27,27%	54,55%	9,09%
20 A 24	8,33%		75,00%	16,67%
25 A 29	7,14%	40,48%	52,38%	
30 A 34		35,71%	64,29%	
35 A 39	23,53%	23,53%	52,94%	
40 A 44		28,57%	64,29%	7,14%
45 A 49	13,64%	40,91%	45,45%	
50 A 54			90,00%	10,00%
55 A 59	9,09%	36,36%	36,36%	18,18%
60 A 64			85,71%	14,29%
65 A 69	21,43%		42,86%	35,71%
70 A 75	30,00%		20,00%	50,00%
Total	10,53%	21,71%	55,92%	11,84%





<b>Grupo De Productos</b>	<b>Alimentación</b>
Productos	No Perecederos

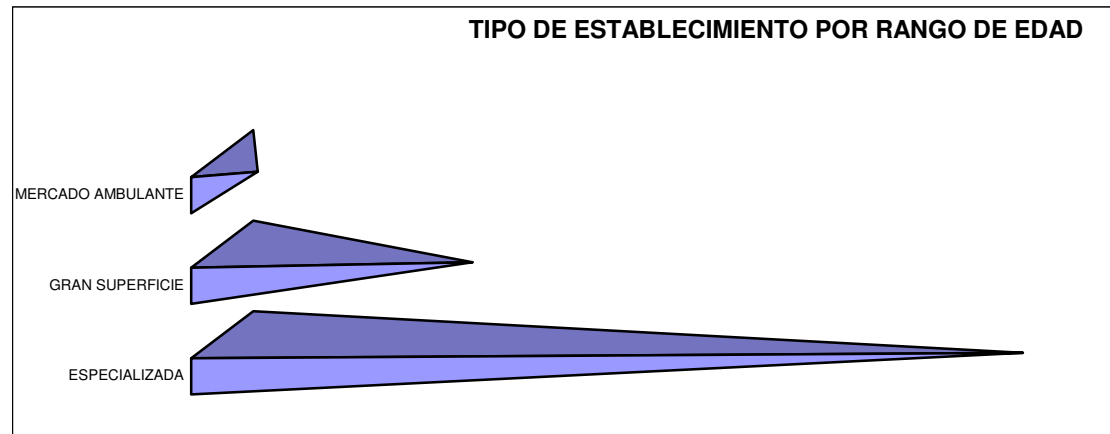
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Supermercado</b>
15 A 19	9,09%	27,27%	63,64%
20 A 24		8,33%	91,67%
25 A 29		42,86%	57,14%
30 A 34		42,86%	57,14%
35 A 39		29,41%	70,59%
40 A 44		35,71%	64,29%
45 A 49	9,09%	36,36%	54,55%
50 A 54		60,00%	40,00%
55 A 59		45,45%	54,55%
60 A 64			100,00%
65 A 69	21,43%	7,14%	71,43%
70 A 75	20,00%	10,00%	70,00%
<b>Total</b>	<b>4,61%</b>	<b>30,26%</b>	<b>65,13%</b>



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Todos

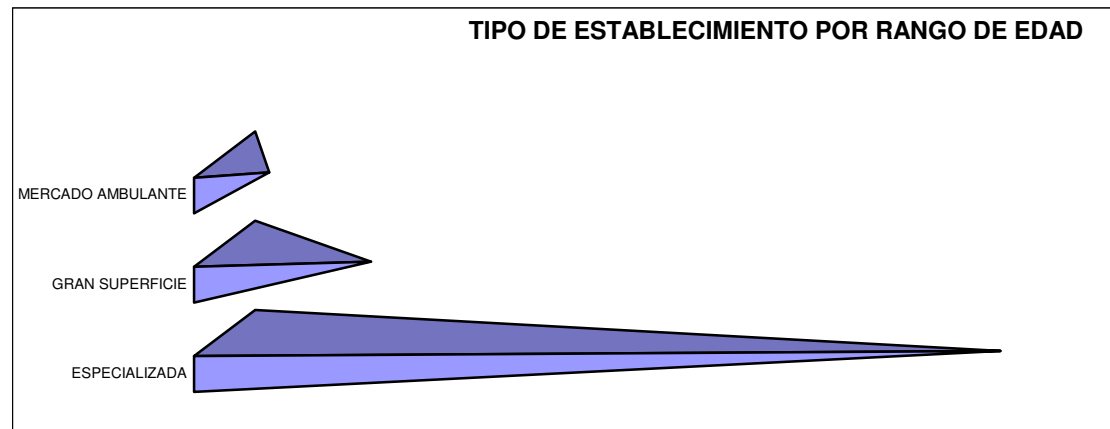
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Mer cado Ambulante</b>
15 A 19	72,73%	18,18%	9,09%
20 A 24	63,89%	36,11%	
25 A 29	63,49%	29,37%	7,14%
30 A 34	83,33%	16,67%	
35 A 39	76,47%	23,53%	
40 A 44	85,71%	14,29%	
45 A 49	81,82%	13,64%	4,55%
50 A 54	83,33%	16,67%	
55 A 59	75,76%	24,24%	
60 A 64	80,95%	19,05%	
65 A 69	69,05%	26,19%	4,76%
70 A 75	53,33%	33,33%	13,33%
<b>Total</b>	<b>73,68%</b>	<b>23,03%</b>	<b>3,29%</b>



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Ropa

<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Mer cado Ambulante</b>
15 A 19	81,82%	9,09%	9,09%
20 A 24	75,00%	25,00%	
25 A 29	69,05%	23,81%	7,14%
30 A 34	85,71%	14,29%	
35 A 39	76,47%	23,53%	
40 A 44	85,71%	14,29%	
45 A 49	86,36%	9,09%	4,55%
50 A 54	90,00%	10,00%	
55 A 59	72,73%	27,27%	
60 A 64	100,00%		
65 A 69	85,71%	7,14%	7,14%
70 A 75	70,00%		30,00%
Total	80,26%	15,13%	4,61%

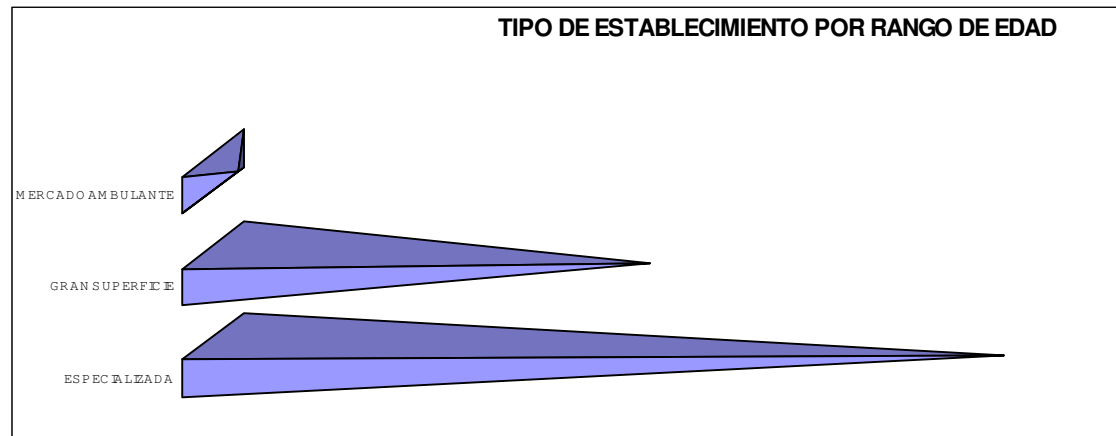


**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Deportes

<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Mer cado Ambulante</b>
15 A 19	72,73%	18,18%	9,09%
20 A 24	66,67%	33,33%	
25 A 29	73,81%	19,05%	7,14%
30 A 34	78,57%	21,43%	
35 A 39	64,71%	35,29%	
40 A 44	78,57%	21,43%	
45 A 49	77,27%	18,18%	4,55%
50 A 54	70,00%	30,00%	
55 A 59	72,73%	27,27%	
60 A 64	42,86%	57,14%	
65 A 69	35,71%	64,29%	
70 A 75		100,00%	
<b>Total</b>	<b>63,16%</b>	<b>34,87%</b>	<b>1,97%</b>

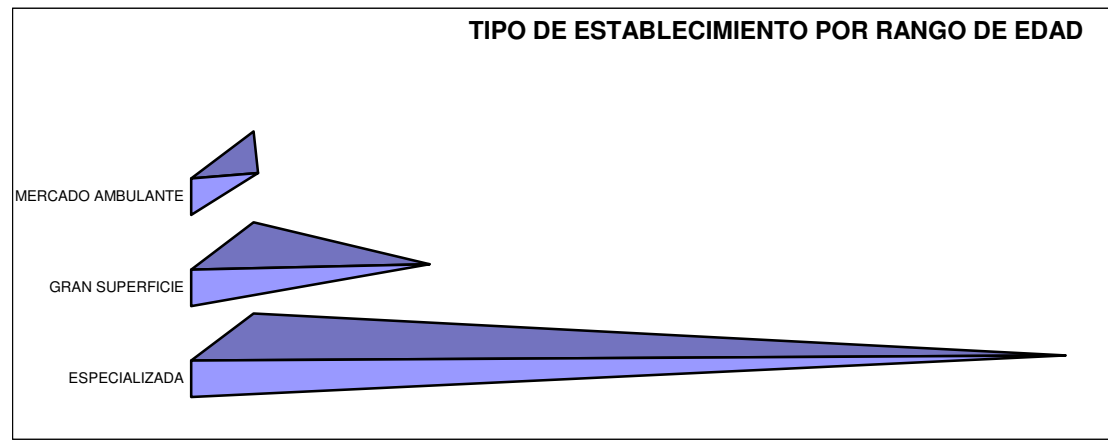




**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Calzado Y Complementos

<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Mer cado Ambulante</b>
15 A 19	63,64%	27,27%	9,09%
20 A 24	50,00%	50,00%	
25 A 29	47,62%	45,24%	7,14%
30 A 34	85,71%	14,29%	
35 A 39	88,24%	11,76%	
40 A 44	92,86%	7,14%	
45 A 49	81,82%	13,64%	4,55%
50 A 54	90,00%	10,00%	
55 A 59	81,82%	18,18%	
60 A 64	100,00%		
65 A 69	85,71%	7,14%	7,14%
70 A 75	90,00%		10,00%
Total	77,63%	19,08%	3,29%



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

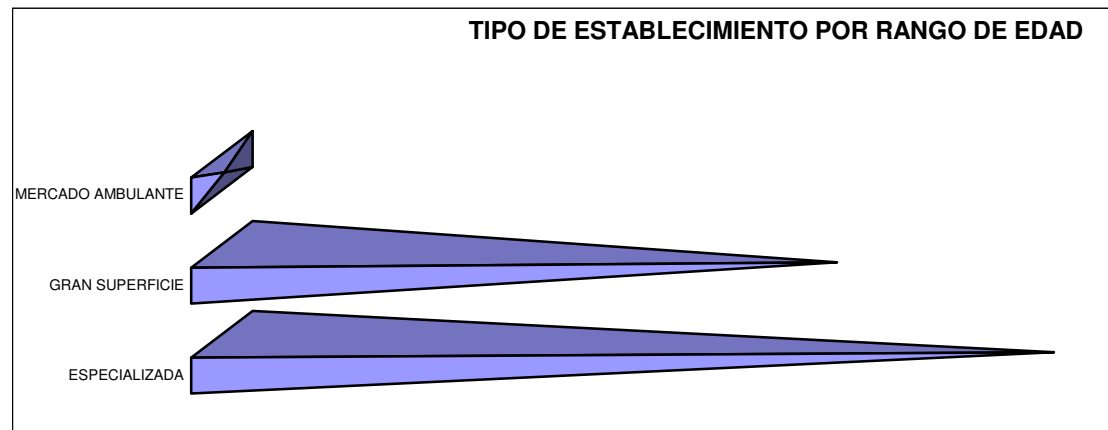
---

### **Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos

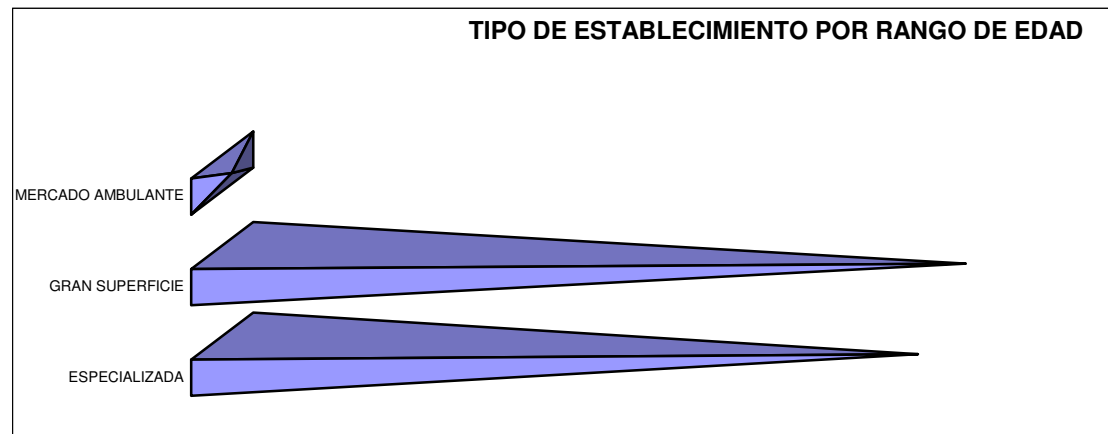
Todos

<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Mer cado Ambulante</b>
15 A 19	25,00%	75,00%	
20 A 24	35,42%	64,58%	
25 A 29	47,62%	51,79%	0,60%
30 A 34	60,71%	39,29%	
35 A 39	60,29%	39,71%	
40 A 44	78,57%	21,43%	
45 A 49	50,00%	48,86%	1,14%
50 A 54	65,00%	35,00%	
55 A 59	63,64%	36,36%	
60 A 64	92,86%	7,14%	
65 A 69	67,86%	32,14%	
70 A 75	55,00%	45,00%	
Total	57,40%	42,43%	0,16%



**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
 Productos Textil Hogar

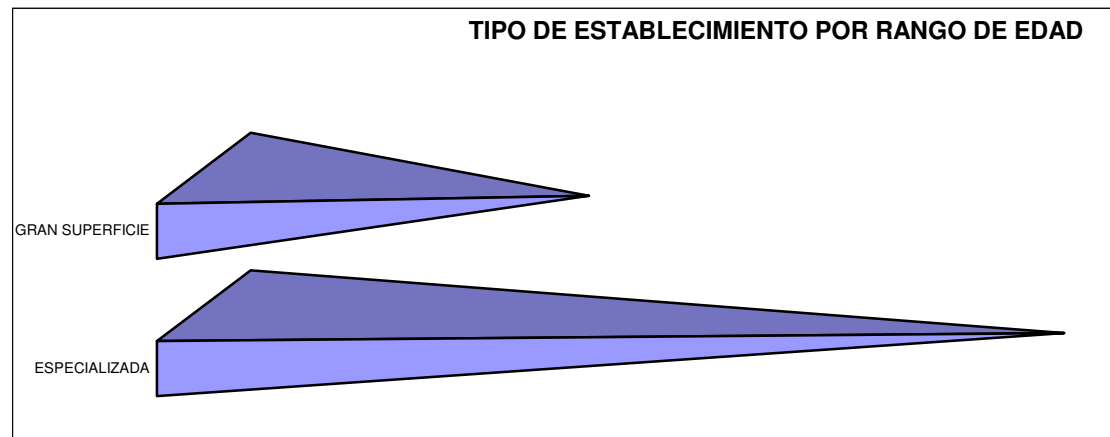
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Mer cado Ambulante</b>
15 A 19	18,18%	81,82%	
20 A 24	25,00%	75,00%	
25 A 29	38,10%	59,52%	2,38%
30 A 34	42,86%	57,14%	
35 A 39	58,82%	41,18%	
40 A 44	71,43%	28,57%	
45 A 49	27,27%	68,18%	4,55%
50 A 54	60,00%	40,00%	
55 A 59	54,55%	45,45%	
60 A 64	85,71%	14,29%	
65 A 69	57,14%	42,86%	
70 A 75	50,00%	50,00%	
Total	48,03%	51,32%	0,66%



<b>Grupo De Productos</b>	<b>Equipamiento De Hogar</b>
Productos	Mobiliario

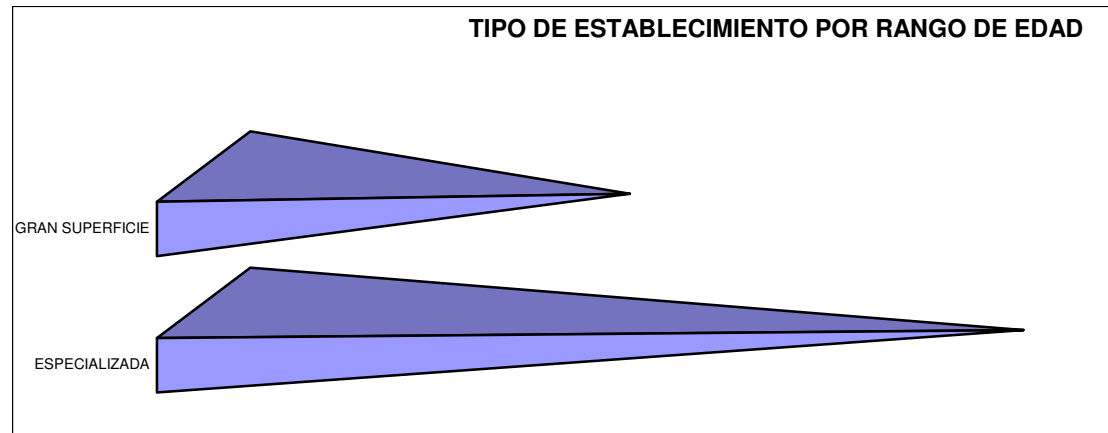
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>
15 A 19	27,27%	72,73%
20 A 24	41,67%	58,33%
25 A 29	61,90%	38,10%
30 A 34	78,57%	21,43%
35 A 39	64,71%	35,29%
40 A 44	92,86%	7,14%
45 A 49	90,91%	9,09%
50 A 54	80,00%	20,00%
55 A 59	72,73%	27,27%
60 A 64	100,00%	
65 A 69	78,57%	21,43%
70 A 75	50,00%	50,00%
<b>Total</b>	<b>69,08%</b>	<b>30,92%</b>





**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
Productos Electrodomésticos

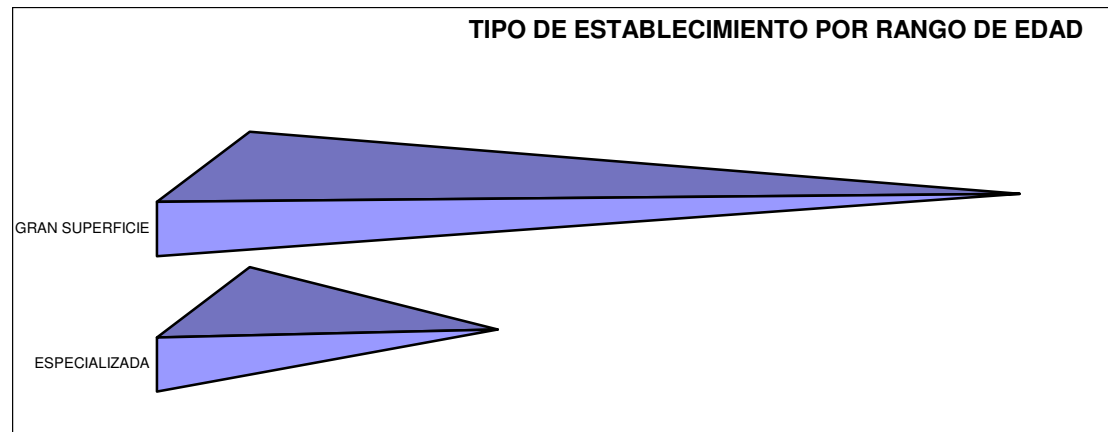
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>
15 A 19	27,27%	72,73%
20 A 24	50,00%	50,00%
25 A 29	47,62%	52,38%
30 A 34	78,57%	21,43%
35 A 39	70,59%	29,41%
40 A 44	78,57%	21,43%
45 A 49	63,64%	36,36%
50 A 54	70,00%	30,00%
55 A 59	72,73%	27,27%
60 A 64	100,00%	
65 A 69	78,57%	21,43%
70 A 75	70,00%	30,00%
Total	65,79%	34,21%



**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

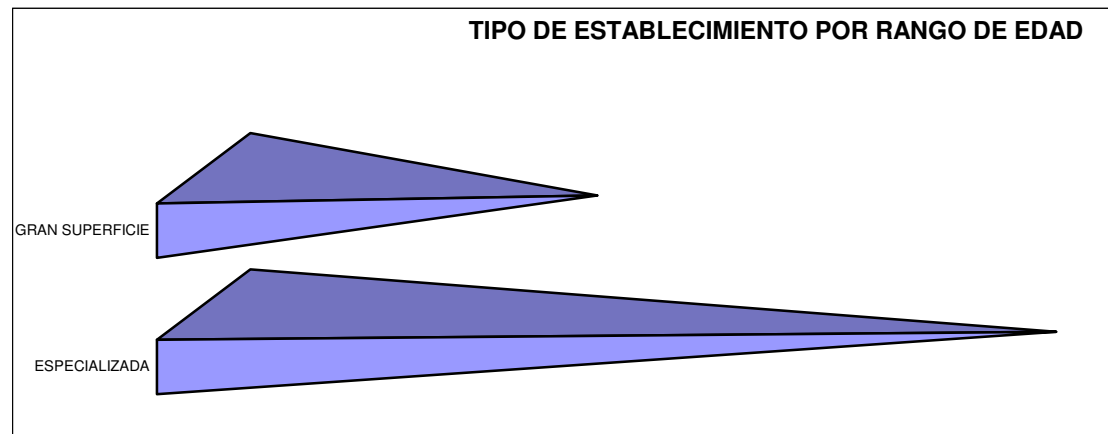
Productos Mencje

<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>
15 A 19	27,27%	72,73%
20 A 24	25,00%	75,00%
25 A 29	42,86%	57,14%
30 A 34	42,86%	57,14%
35 A 39	47,06%	52,94%
40 A 44	71,43%	28,57%
45 A 49	18,18%	81,82%
50 A 54	50,00%	50,00%
55 A 59	54,55%	45,45%
60 A 64	85,71%	14,29%
65 A 69	57,14%	42,86%
70 A 75	50,00%	50,00%
<b>Total</b>	<b>46,71%</b>	<b>53,29%</b>



<b>Grupo De Productos</b>	<b>Ocio</b>
Productos	Productos De Ocio

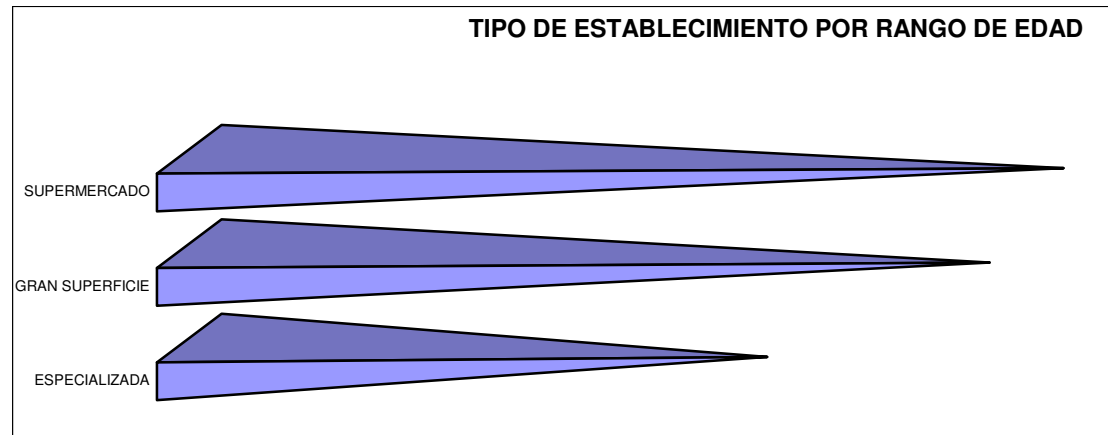
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>
15 A 19	100,00%	
20 A 24	75,00%	25,00%
25 A 29	54,76%	45,24%
30 A 34	85,71%	14,29%
35 A 39	82,35%	17,65%
40 A 44	64,29%	35,71%
45 A 49	50,00%	50,00%
50 A 54	90,00%	10,00%
55 A 59	63,64%	36,36%
60 A 64	42,86%	57,14%
65 A 69	71,43%	28,57%
70 A 75	30,00%	70,00%
Total	68,42%	31,58%



**Grupo De Productos Limpieza E Higiene**  
 Productos Droguería Y Perfumería

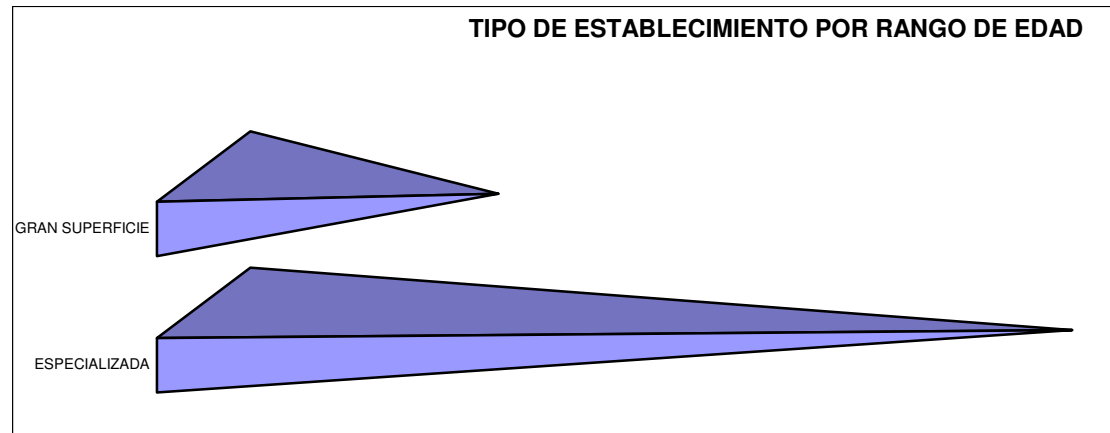
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Supermercado</b>
15 A 19	18,18%	45,45%	36,36%
20 A 24	58,33%	16,67%	25,00%
25 A 29	23,81%	52,38%	23,81%
30 A 34	21,43%	50,00%	28,57%
35 A 39	41,18%	29,41%	29,41%
40 A 44	28,57%	35,71%	35,71%
45 A 49	9,09%	54,55%	36,36%
50 A 54	10,00%	10,00%	80,00%
55 A 59	27,27%	45,45%	27,27%
60 A 64		14,29%	85,71%
65 A 69	28,57%	14,29%	57,14%
70 A 75	20,00%	40,00%	40,00%
Total	25,66%	35,53%	38,82%





**Grupo De Productos Equipamiento**  
Productos Ferretería

<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>
15 A 19	9,09%	90,91%
20 A 24	33,33%	66,67%
25 A 29	57,14%	42,86%
30 A 34	64,29%	35,71%
35 A 39	76,47%	23,53%
40 A 44	64,29%	35,71%
45 A 49	54,55%	45,45%
50 A 54	70,00%	30,00%
55 A 59	36,36%	63,64%
60 A 64	57,14%	42,86%
65 A 69	64,29%	35,71%
70 A 75	40,00%	60,00%
Total	53,95%	46,05%



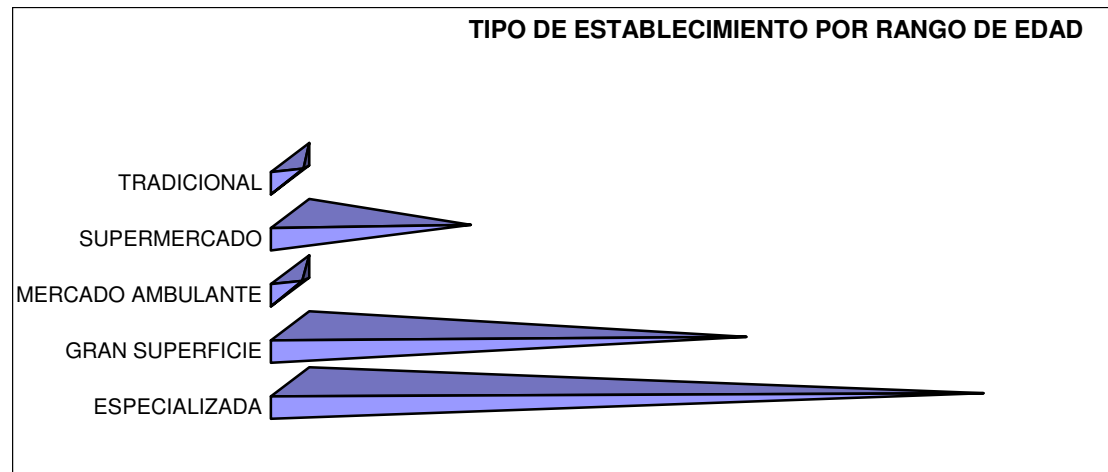
## Estudio y Evaluación de la Aplicación del Plan de Equipamiento Comercial de Aragón

---

### Grupo De Productos    Todos

Productos                      Todos

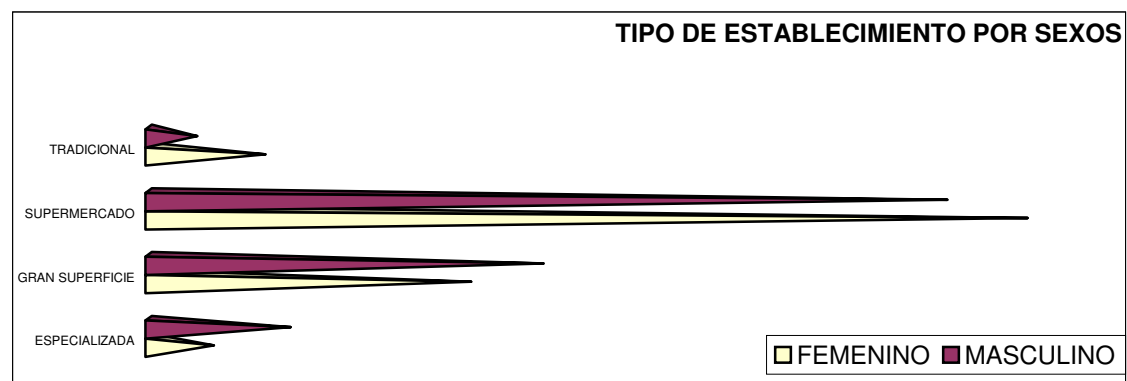
<b>Rango / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Especializada</b>	<b>Gran Superficie</b>	<b>Mercado Ambulante</b>	<b>Supermercado</b>	<b>Tradicional</b>
15 A 19	38,64%	45,45%	2,27%	12,88%	0,76%
20 A 24	42,36%	40,28%	0,00%	15,97%	1,39%
25 A 29	43,65%	43,25%	1,98%	11,11%	
30 A 34	55,36%	32,14%	0,00%	12,50%	
35 A 39	57,84%	29,41%	0,00%	12,75%	
40 A 44	60,71%	25,00%	0,00%	13,69%	0,60%
45 A 49	48,48%	38,64%	1,52%	11,36%	
50 A 54	56,67%	25,00%	0,00%	17,50%	0,83%
55 A 59	51,52%	37,12%	0,00%	9,85%	1,52%
60 A 64	59,52%	16,67%	0,00%	22,62%	1,19%
65 A 69	57,14%	24,40%	1,19%	14,29%	2,98%
70 A 75	43,33%	38,33%	3,33%	10,83%	4,17%
<b>Total</b>	<b>51,15%</b>	<b>33,66%</b>	<b>0,88%</b>	<b>13,32%</b>	<b>0,99%</b>



**Grupo De Productos Alimentación**

Productos Todos

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	4,73%	10,26%	7,57%
Gran Superficie	23,31%	28,53%	25,99%
Supermercado	63,51%	57,69%	60,53%
Tradicional	8,45%	3,53%	5,92%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Alimentación**

Productos Perecer os

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	7,43%	13,46%	10,53%
Gran Superficie	19,59%	23,72%	21,71%
Supermercado	56,08%	55,77%	55,92%
Tradicional	16,89%	7,05%	11,84%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Alimentación**

Productos No Perecer os

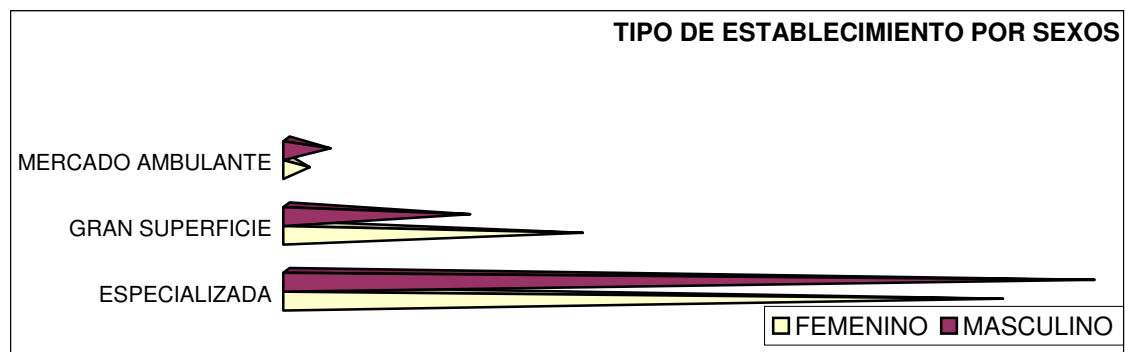
<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	2,03%	7,05%	4,61%
Gran Superficie	27,03%	33,33%	30,26%
Supermercado	70,95%	59,62%	65,13%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Todos

---

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	69,14%	77,99%	73,68%
Gran Superficie	28,60%	17,74%	23,03%
Mercado Ambulante	2,25%	4,27%	3,29%
Total	100,00%	100,00%	100,00%





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

---

### **Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Ropa

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	78,38%	82,05%	80,26%
Gran Superficie	18,92%	11,54%	15,13%
Mer cado Ambulante	2,70%	6,41%	4,61%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

### **Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Deportes

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	56,08%	69,87%	63,16%
Gran Superficie	42,57%	27,56%	34,87%
Mer cado Ambulante	1,35%	2,56%	1,97%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

### **Grupo De Productos Equipamiento Personal**

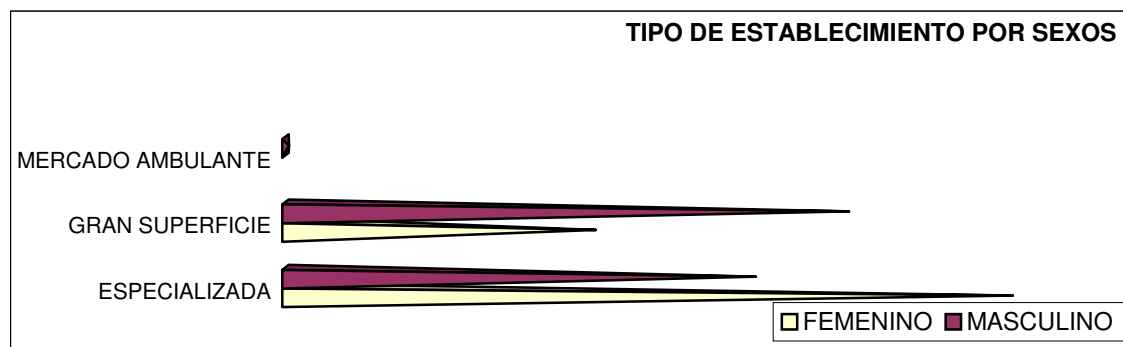
Productos Calzado Y Complementos

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	72,97%	82,05%	77,63%
Gran Superficie	24,32%	14,10%	19,08%
Mer cado Ambulante	2,70%	3,85%	3,29%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Todos

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	70,10%	45,35%	57,40%
Gran Superficie	29,90%	54,33%	42,43%
Mercedo Ambulante		0,32%	0,16%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Textil Hogar

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	67,57%	29,49%	48,03%
Gran Superficie	32,43%	69,23%	51,32%
Mercado Ambulante		1,28%	0,66%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Mobiliario

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	75,00%	63,46%	69,08%
Gran Superficie	25,00%	36,54%	30,92%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
Productos Electrodomésticos

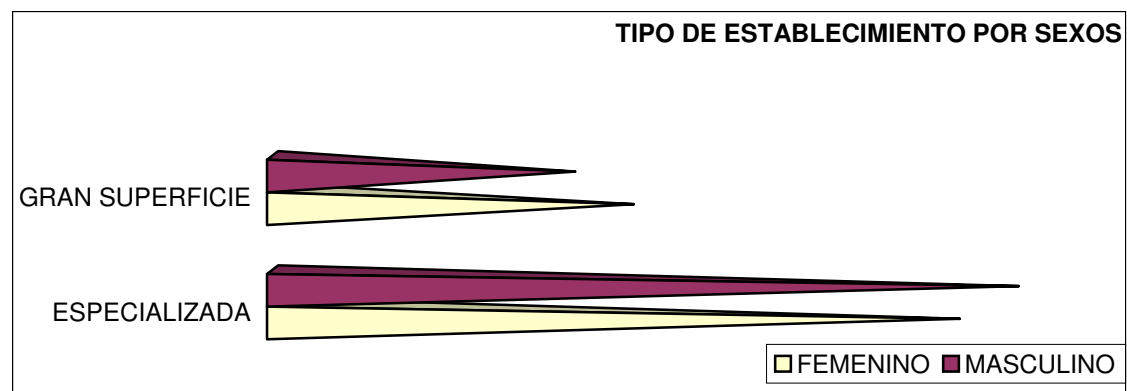
<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	72,30%	59,62%	65,79%
Gran Superficie	27,70%	40,38%	34,21%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
Productos Menaje

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	65,54%	28,85%	46,71%
Gran Superficie	34,46%	71,15%	53,29%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

<b>Grupo De Productos</b>	<b>Ocio</b>
Productos	Productos De Ocio

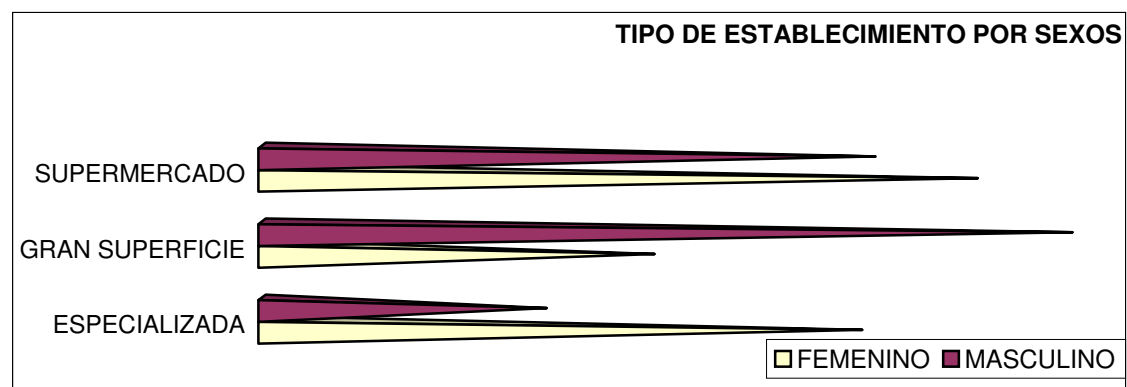
<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	65,54%	71,15%	68,42%
Gran Superficie	34,46%	28,85%	31,58%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Limpieza E Higiene**

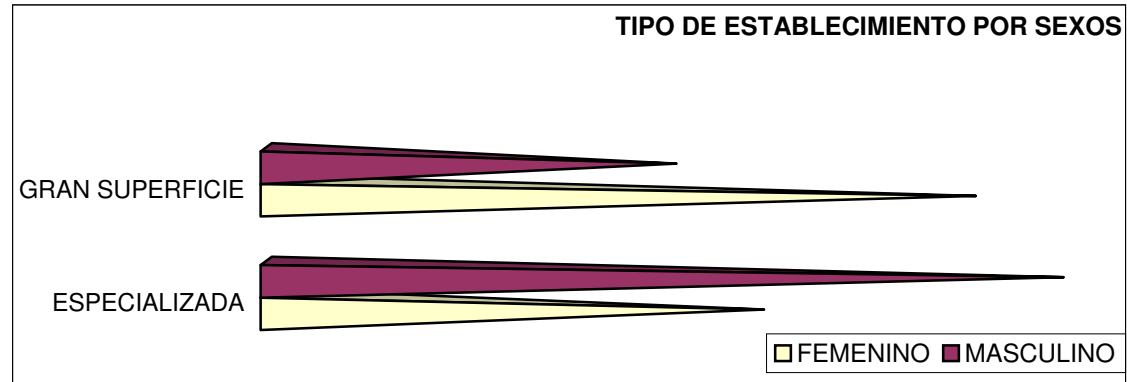
Productos Droguería Y Perfumería

Sexo / Tipo De Establecimiento	Femenino	Masculino	Total
Especializada	35,14%	16,67%	25,66%
Gran Superficie	22,97%	47,44%	35,53%
Supermercado	41,89%	35,90%	38,82%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento**  
Productos Ferretería

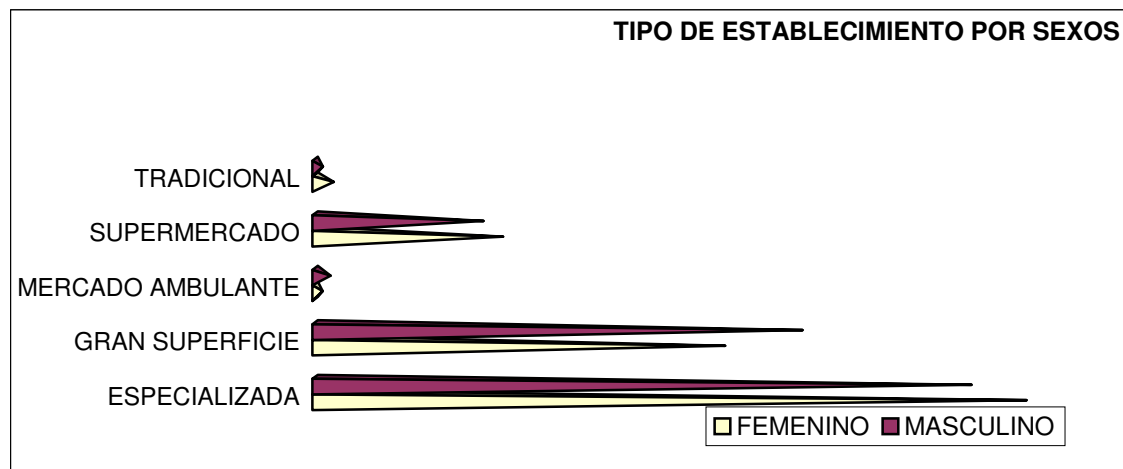
<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	41,22%	66,03%	53,95%
Gran Superficie	58,78%	33,97%	46,05%
Total	100,00%	100,00%	100,00%



**Grupo De Productos**    **Todos**

Productos                      Todos

<b>Sexo / Tipo De Establecimiento</b>	<b>Femenino</b>	<b>Masculino</b>	<b>Total</b>
Especializada	53,27%	49,15%	51,15%
Gran Superficie	30,69%	36,49%	33,66%
Mercedo Ambulante	0,56%	1,18%	0,88%
Supermercado	14,08%	12,61%	13,32%
Tradicional	1,41%	0,59%	0,99%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

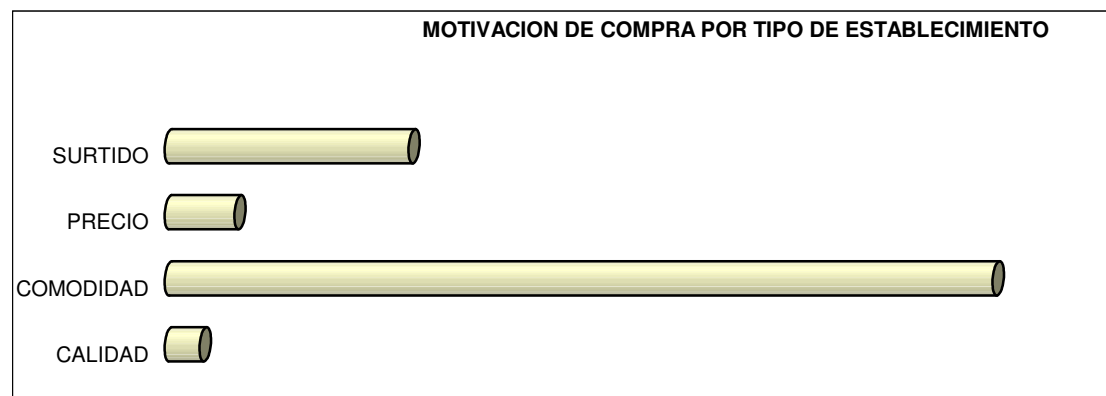




**Grupo De Productos Alimentación**

Productos Todos

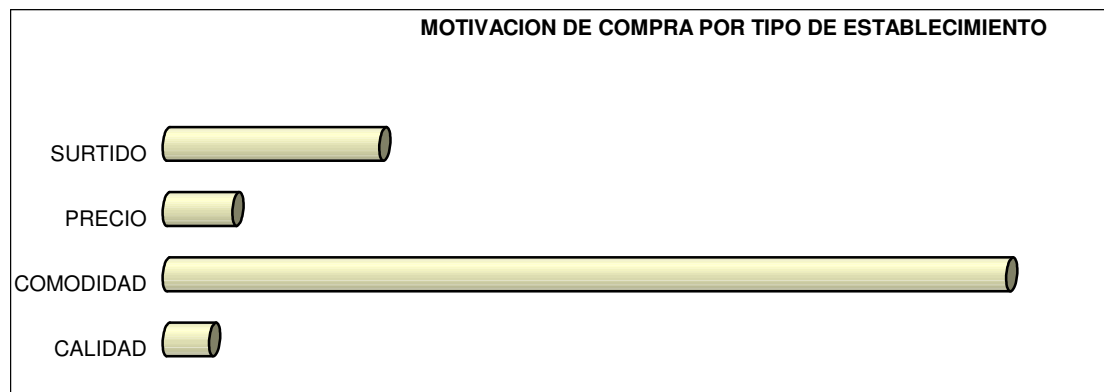
Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada	0,99%	6,25%		0,33%	7,57%
Gran Superficie		8,22%	0,33%	17,43%	25,99%
Supermercado	1,32%	50,99%	5,59%	2,63%	60,53%
Tradicional	0,66%	4,93%		0,33%	5,92%
Total	2,96%	70,39%	5,92%	20,72%	100,00%



**Grupo De Productos Alimentación**

Productos Percepciones

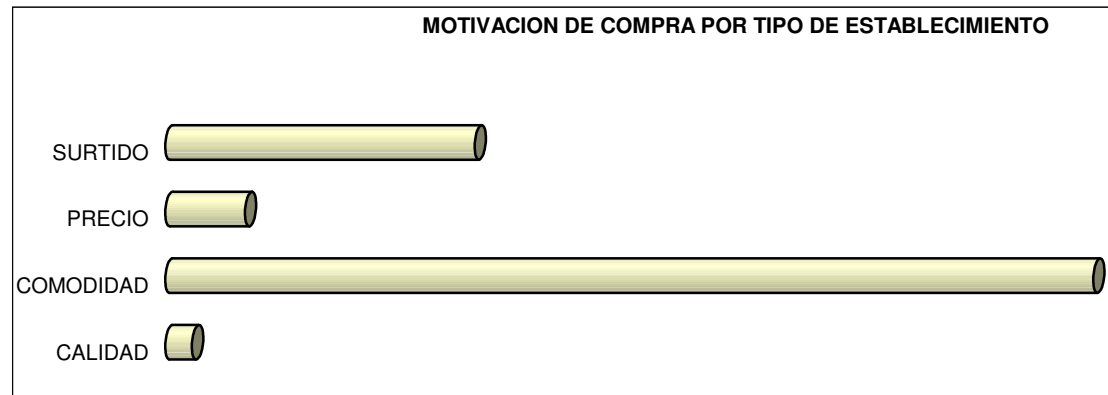
Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada	1,97%	7,89%	0,66%	10,53%	
Gran Superficie		6,58%	0,66%	14,47%	21,71%
Supermercado	0,66%	47,37%	5,26%	2,63%	55,92%
Tradicional	1,32%	9,87%		0,66%	11,84%
Total	3,95%	71,71%	5,92%	18,42%	100,00%



**Grupo De Productos Alimentación**

Productos No Perecederos

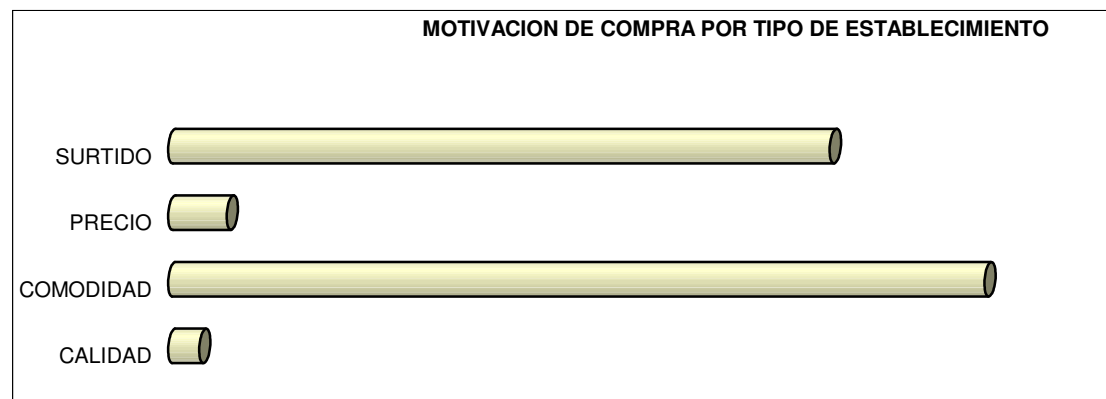
Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada		4,61%			4,61%
Gran Superficie		9,87%		20,39%	30,26%
Supermercado	1,97%	54,61%	5,92%	2,63%	65,13%
Total	1,97%	69,08%	5,92%	23,03%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Todos

<b>Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra</b>	<b>Calidad</b>	<b>Comodidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Surtido</b>	<b>Total</b>
Especializada	1,97%	47,59%	2,41%	21,71%	73,68%
Gran Superficie		1,86%	0,66%	20,50%	23,03%
Mercado Ambulante		2,63%	0,66%		3,29%
<b>Total</b>	<b>1,97%</b>	<b>52,08%</b>	<b>3,73%</b>	<b>42,21%</b>	<b>100,00%</b>



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Ropa

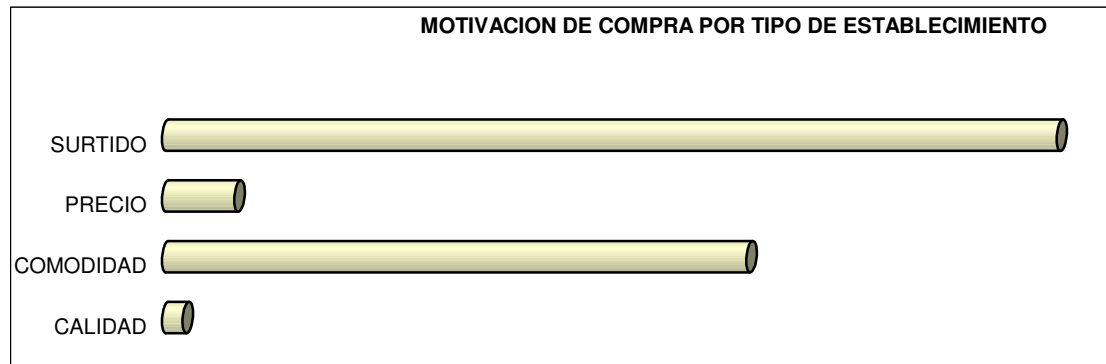
Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada	1,97%	51,32%	2,63%	24,34%	80,26%
Gran Superficie		1,97%	0,66%	12,50%	15,13%
Mercado Ambulante		3,95%	0,66%		4,61%
Total	1,97%	57,24%	3,95%	36,84%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Deportes

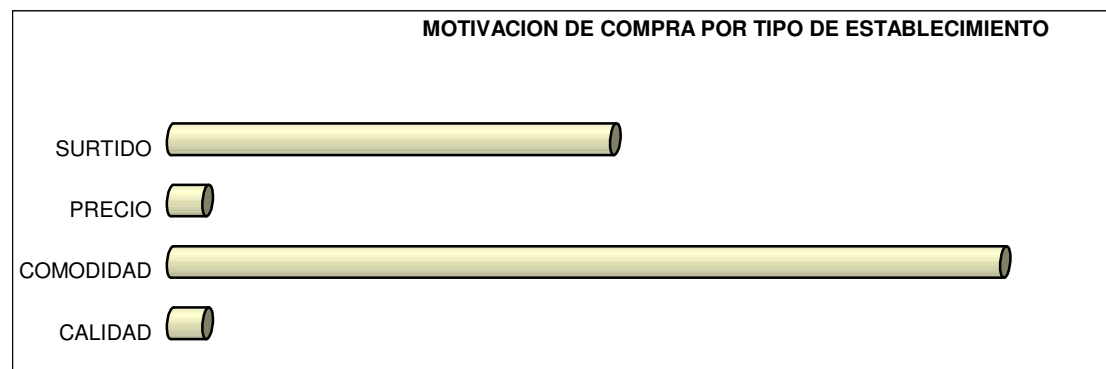
Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada	1,32%	34,21%	2,63%	25,00%	63,16%
Gran Superficie		1,64%	1,32%	31,91%	34,87%
Mercado Ambulante		1,32%	0,66%		1,97%
Total	1,32%	37,17%	4,61%	56,91%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

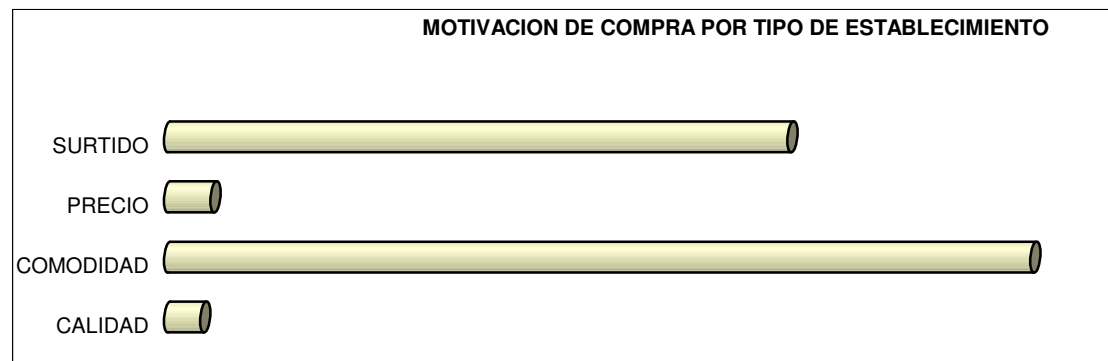
Productos Calzado Y Complementos

Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada	2,63%	57,24%	1,97%	15,79%	77,63%
Gran Superficie		1,97%		17,11%	19,08%
Mercado Ambulante		2,63%	0,66%		3,29%
Total	2,63%	61,84%	2,63%	32,89%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
 Productos Todos

<b>Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra</b>	<b>Calidad</b>	<b>Comodidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Surtido</b>	<b>Total</b>
Especializada	2,30%	47,70%	0,33%	7,07%	57,40%
Gran Superficie		7,24%	2,63%	32,57%	42,43%
Mercado Ambulante		0,16%			0,16%
<b>Total</b>	<b>2,30%</b>	<b>55,10%</b>	<b>2,96%</b>	<b>39,64%</b>	<b>100,00%</b>





**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
 Productos Textil Hogar

<b>Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra</b>	<b>Calidad</b>	<b>Comodidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Surtido</b>	<b>Total</b>
Especializada	3,29%	39,47%		5,26%	48,03%
Gran Superficie		9,87%	2,63%	38,82%	51,32%
Mercado Ambulante		0,66%			0,66%
<b>Total</b>	<b>3,29%</b>	<b>50,00%</b>	<b>2,63%</b>	<b>44,08%</b>	<b>100,00%</b>

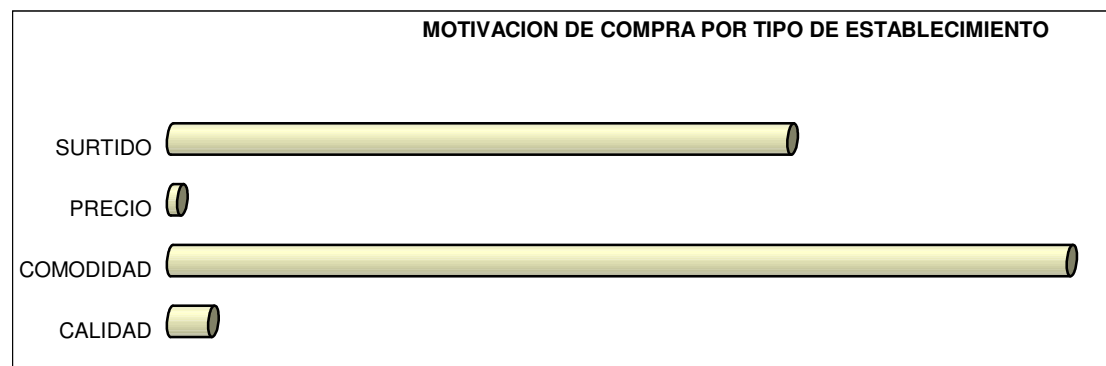


**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos

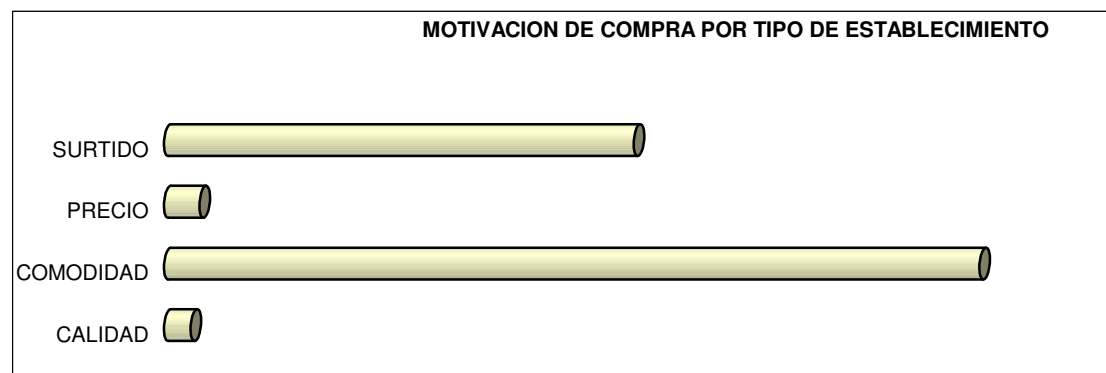
Mobiliario

<b>Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra</b>	<b>Calidad</b>	<b>Comodidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Surtido</b>	<b>Total</b>
Especializada	2,63%	57,24%	0,66%	8,55%	69,08%
Gran Superficie				30,92%	30,92%
Total	2,63%	57,24%	0,66%	39,47%	100,00%



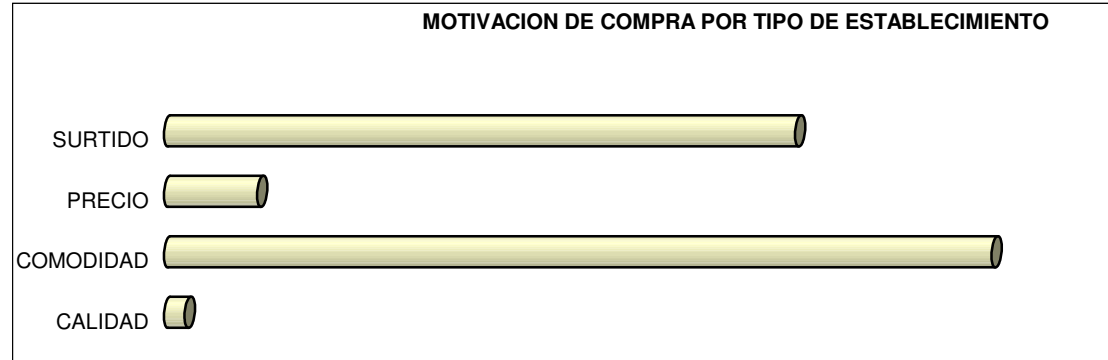
**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
 Productos Electrodomésticos

Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada	1,97%	53,95%	0,66%	9,21%	65,79%
Gran Superficie		6,58%	1,97%	25,66%	34,21%
Total	1,97%	60,53%	2,63%	34,87%	100,00%



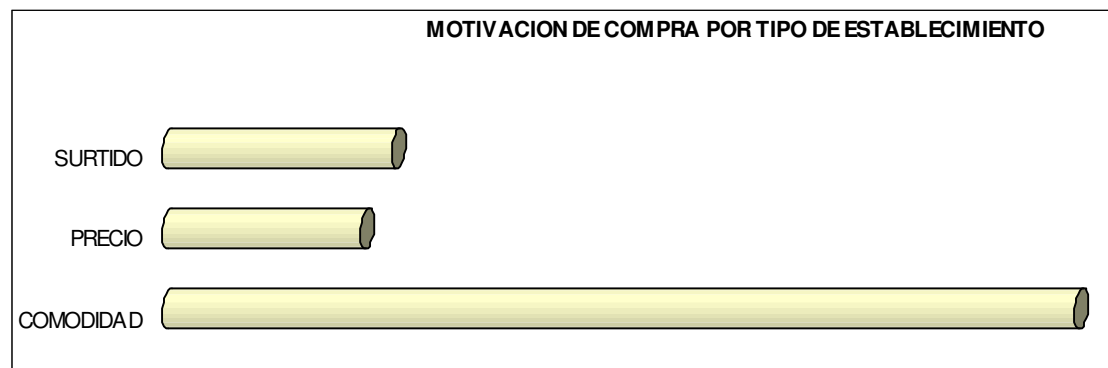
**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
Productos Menaje

<b>Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra</b>	<b>Calidad</b>	<b>Comodidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Surtido</b>	<b>Total</b>
Especializada	1,32%	40,13%	5,26%	46,71%	
Gran Superficie	0,00%	12,50%	5,92%	34,87%	53,29%
Total	1,32%	52,63%	5,92%	40,13%	100,00%



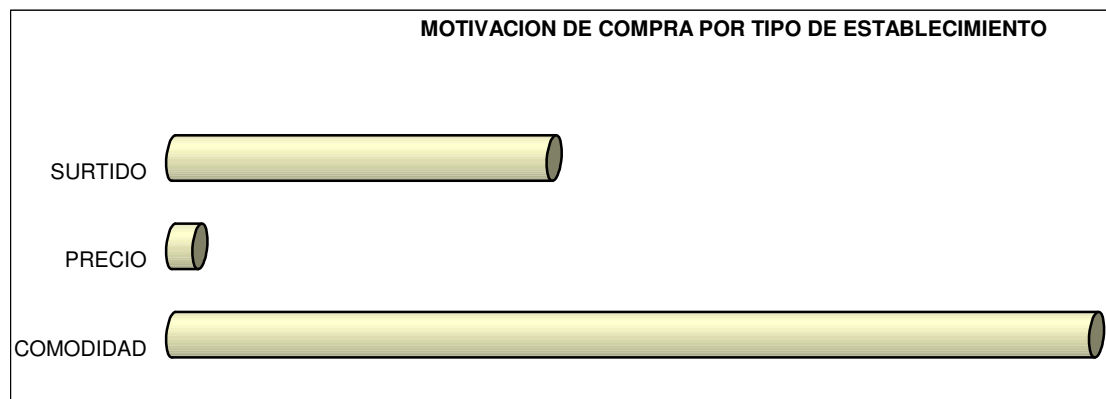
<b>Grupo De Productos</b>	<b>Ocio</b>
Productos	Productos De Ocio

<b>Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra</b>	<b>Comodidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Surtido</b>	<b>Total</b>
Especializada	57,89%	10,53%	68,42%	
Gran Superficie	10,20%	14,80%	6,58%	31,58%
Total	68,09%	14,80%	17,11%	100,00%



**Grupo De Productos Limpieza E Higiene**  
 Productos Droguería Y Perfumería

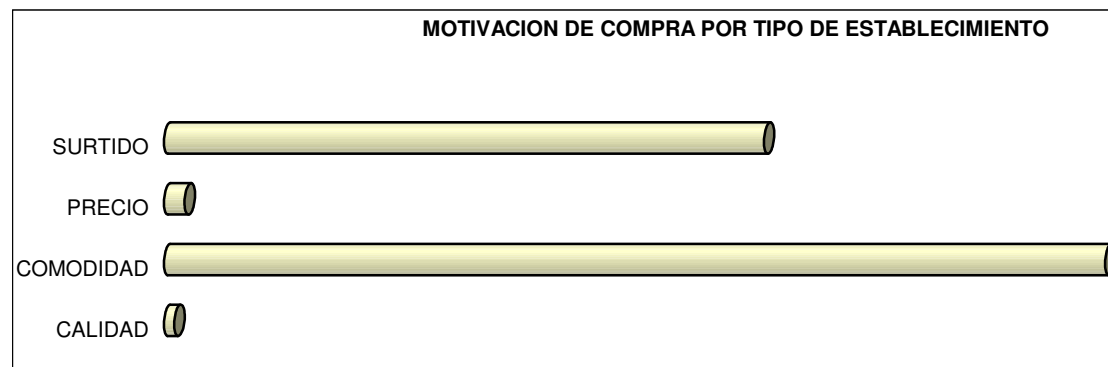
<b>Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra</b>	<b>Comodidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Surtido</b>	<b>Total</b>
Especializada	21,05%		4,61%	25,66%
Gran Superficie	10,86%	1,32%	23,36%	35,53%
Supermercado	37,50%	0,66%	0,66%	38,82%
<b>Total</b>	<b>69,41%</b>	<b>1,97%</b>	<b>28,62%</b>	<b>100,00%</b>



**Grupo De Productos Equipamiento**

Productos Ferretería

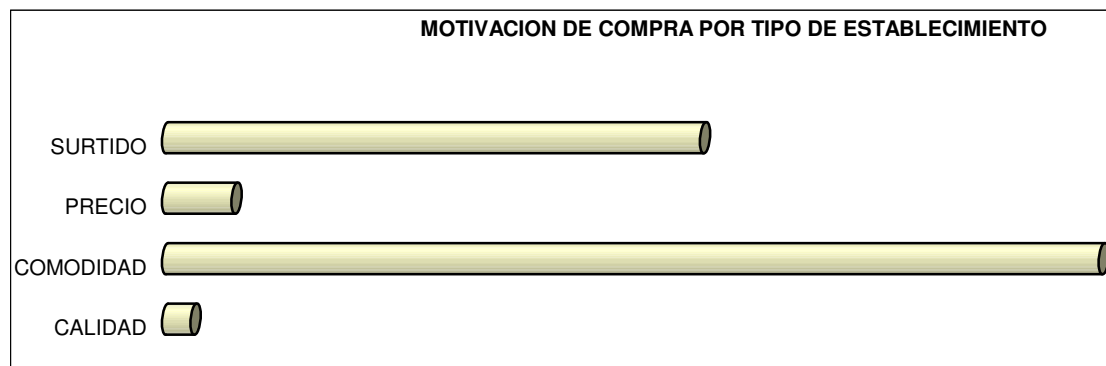
Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada	0,66%	51,97%	0,66%	0,66%	53,95%
Gran Superficie		7,89%	0,66%	37,50%	46,05%
Total	0,66%	59,87%	1,32%	38,16%	100,00%



**Grupo De Productos Todos**

Productos Todos

Tipo De Establecimiento / Motivación De Compra	Calidad	Comodidad	Precio	Surtido	Total
Especializada	1,48%	39,75%	0,77%	9,16%	51,15%
Gran Superficie		6,66%	2,49%	24,51%	33,66%
Mercado Ambulante		0,71%	0,16%		0,88%
Supermercado	0,22%	11,62%	0,99%	0,49%	13,32%
Tradicional	0,11%	0,82%		0,05%	0,99%
Total	1,81%	59,57%	4,41%	34,21%	100,00%

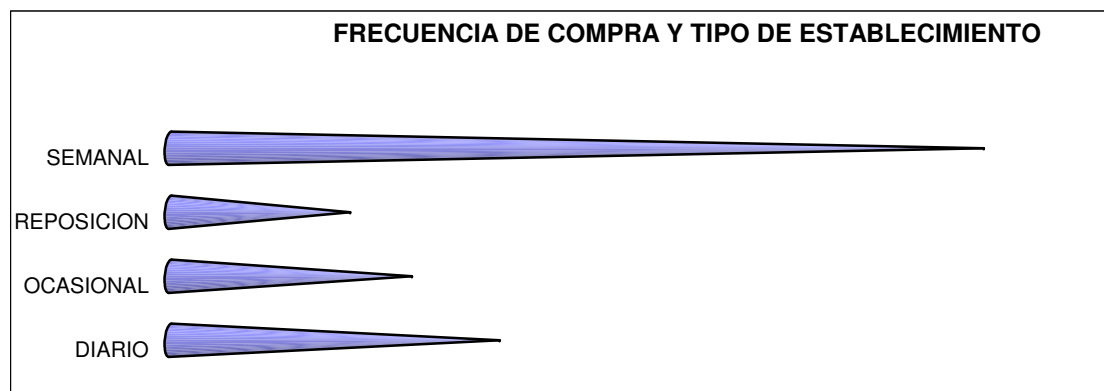




**Grupo De Productos Alimentación**

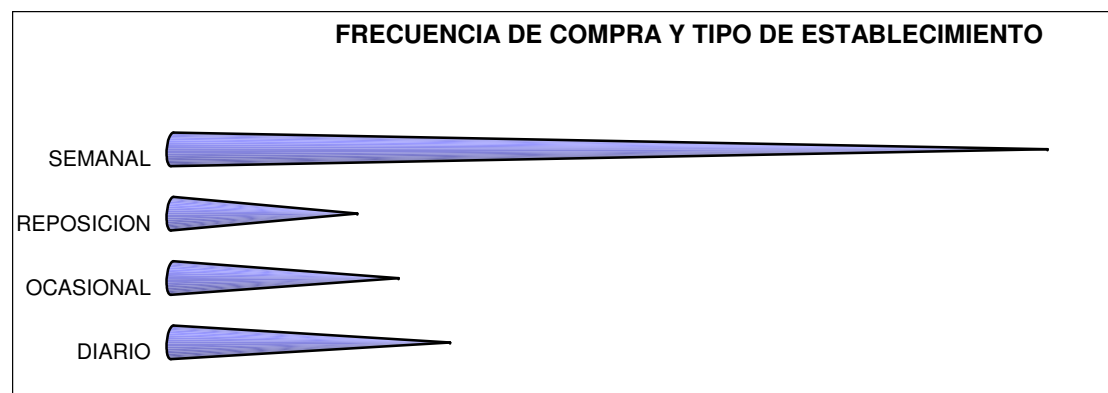
Productos Todos

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Diario</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Semanal</b>	<b>Total</b>
Especializada	2,96%	0,99%	1,64%	1,97%	7,57%
Gran Superficie	1,64%	2,96%	2,96%	18,42%	25,99%
Supermercado	14,80%	10,86%	6,58%	28,29%	60,53%
Tradicional	1,64%	0,66%	0,33%	3,29%	5,92%
<b>Total</b>	<b>21,05%</b>	<b>15,46%</b>	<b>11,51%</b>	<b>51,97%</b>	<b>100,00%</b>



**Grupo De Productos Alimentación**  
 Productos Perecer os

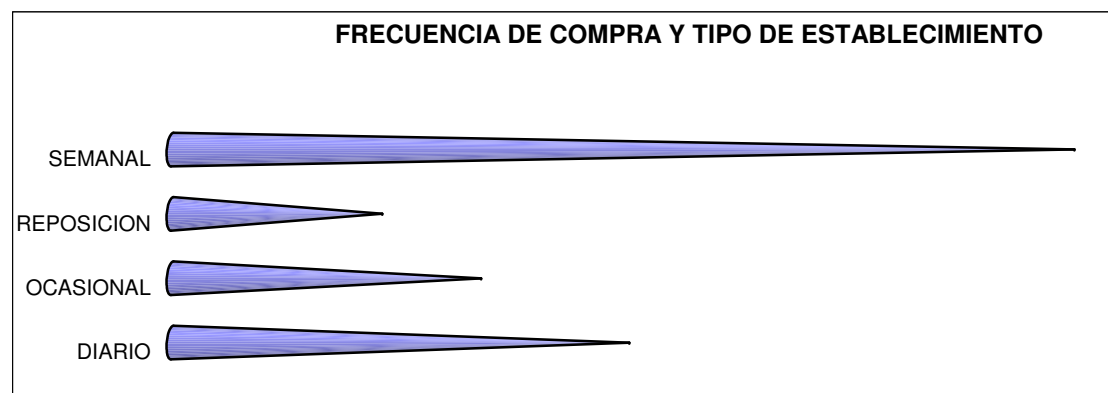
<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Diario</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Semanal</b>	<b>Total</b>
Especializada	3,95%	1,32%	1,97%	3,29%	10,53%
Gran Superficie	1,32%	1,32%	3,29%	15,79%	21,71%
Supermercado	9,21%	10,53%	5,92%	30,26%	55,92%
Tradicional	3,29%	1,32%	0,66%	6,58%	11,84%
<b>Total</b>	<b>17,76%</b>	<b>14,47%</b>	<b>11,84%</b>	<b>55,92%</b>	<b>100,00%</b>



**Grupo De Productos Alimentación**

Productos No Perecederos

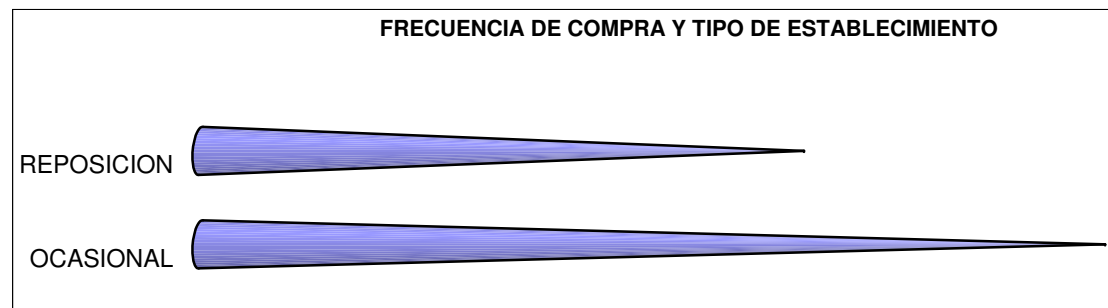
Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra	Diario	Ocasional	Reposición	Semanal	Total
Especializada	1,97%	0,66%	1,32%	0,66%	4,61%
Gran Superficie	1,97%	4,61%	2,63%	21,05%	30,26%
Supermercado	20,39%	11,18%	7,24%	26,32%	65,13%
Total	24,34%	16,45%	11,18%	48,03%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Todos

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	43,42%	30,26%	73,68%
Gran Superficie	14,36%	8,66%	23,03%
Mer cado Ambulante	2,19%	1,10%	3,29%
Total	59,98%	40,02%	100,00%



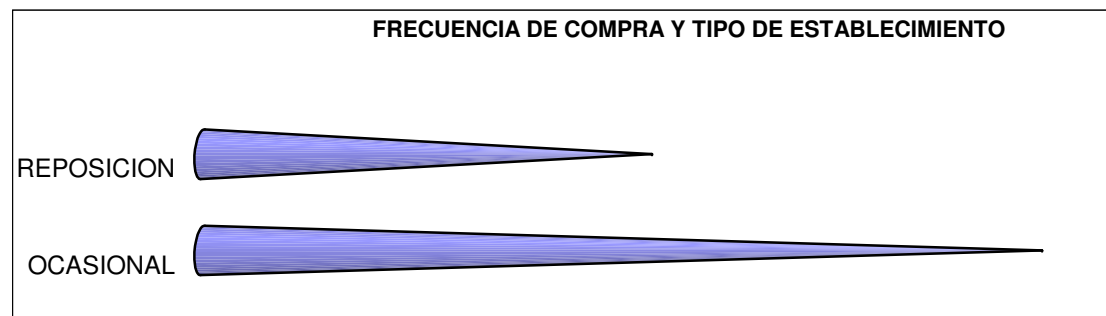
---

**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

Productos Ropa

---

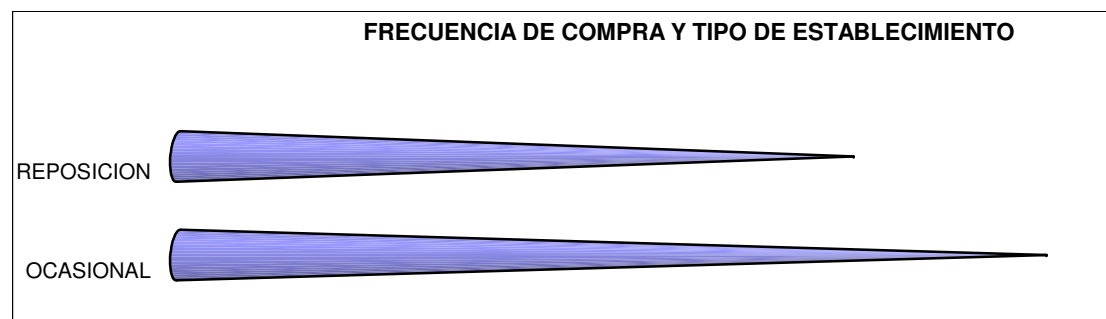
<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	50,00%	30,26%	80,26%
Gran Superficie	12,50%	2,63%	15,13%
Mercado Ambulante	2,63%	1,97%	4,61%
Total	65,13%	34,87%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**

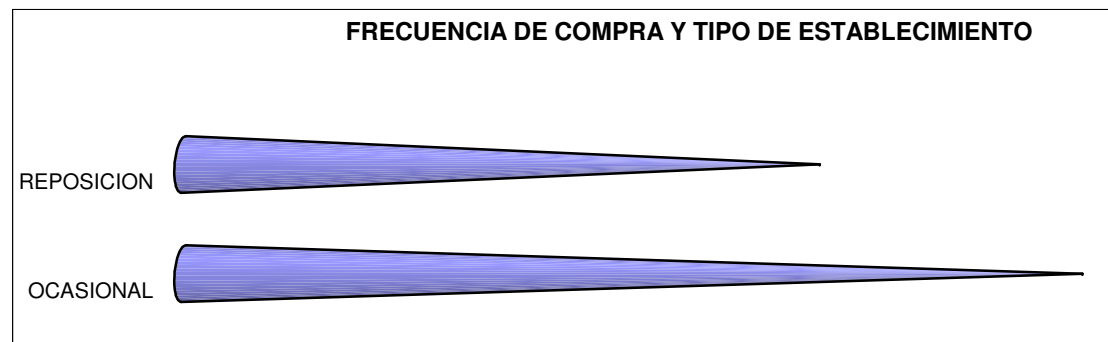
Productos Deportes

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	41,45%	21,71%	63,16%
Gran Superficie	12,83%	22,04%	34,87%
Mercado Ambulante	1,97%		1,97%
Total	56,25%	43,75%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento Personal**  
Productos Calzado Y Complementos

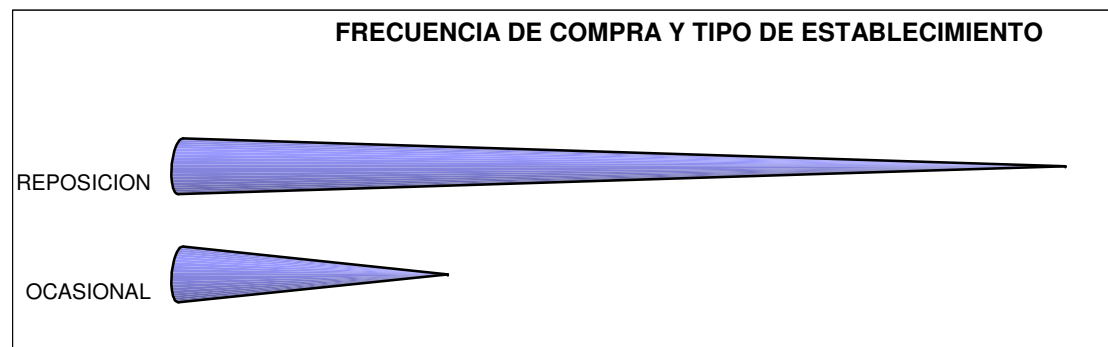
<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	38,82%	38,82%	77,63%
Gran Superficie	17,76%	1,32%	19,08%
Mercado Ambulante	1,97%	1,32%	3,29%
Total	58,55%	41,45%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

Productos Todos

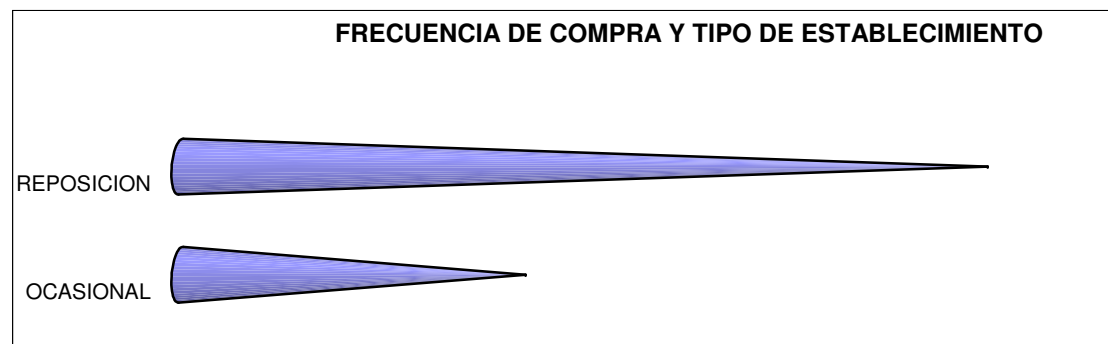
<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	10,20%	47,20%	57,40%
Gran Superficie	12,83%	29,61%	42,43%
Mercado Ambulante	0,16%		0,16%
Total	23,19%	76,81%	100,00%





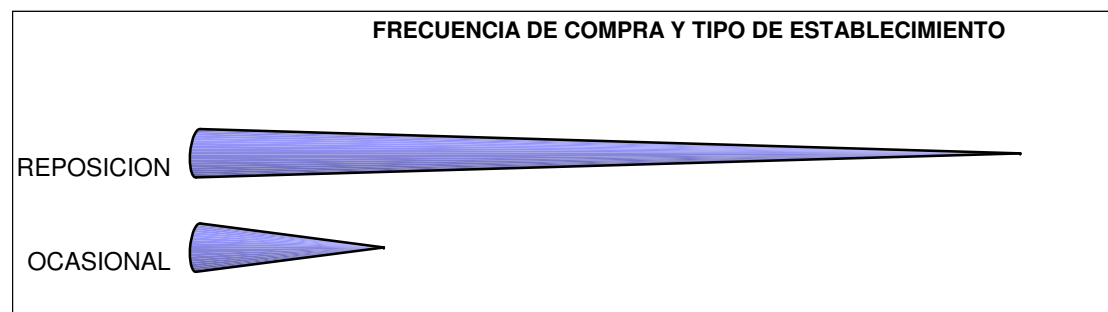
**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
Productos Textil Hogar

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	15,13%	32,89%	48,03%
Gran Superficie	14,14%	37,17%	51,32%
Mercado Ambulante	0,66%		0,66%
Total	29,93%	70,07%	100,00%



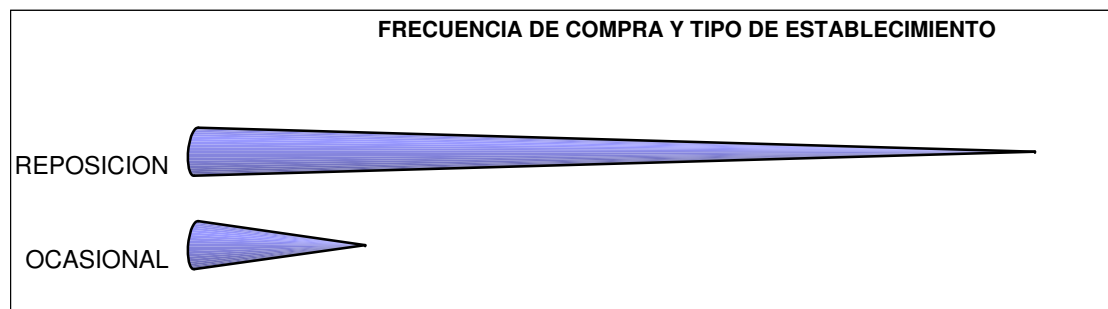
**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**  
Productos Mobiliario

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	9,21%	59,87%	69,08%
Gran Superficie	9,21%	21,71%	30,92%
Total	18,42%	81,58%	100,00%



**Grupo De Productos**    **Equipamiento De Hogar**  
Productos                      Electrodomésticos

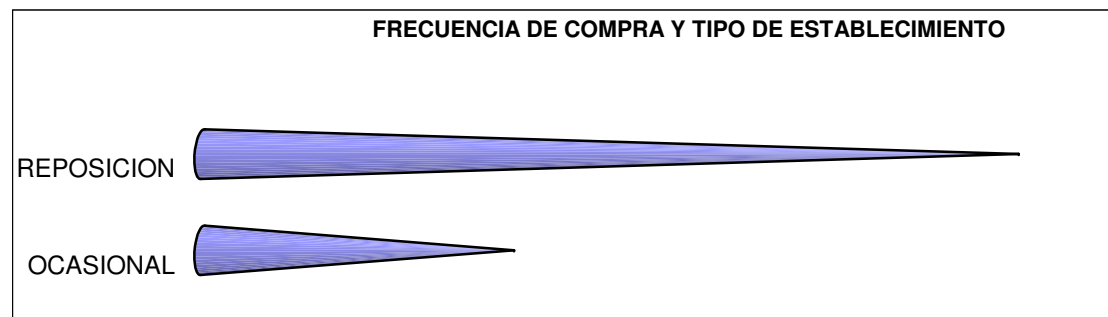
<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	7,24%	58,55%	65,79%
Gran Superficie	9,54%	24,67%	34,21%
Total	16,78%	83,22%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento De Hogar**

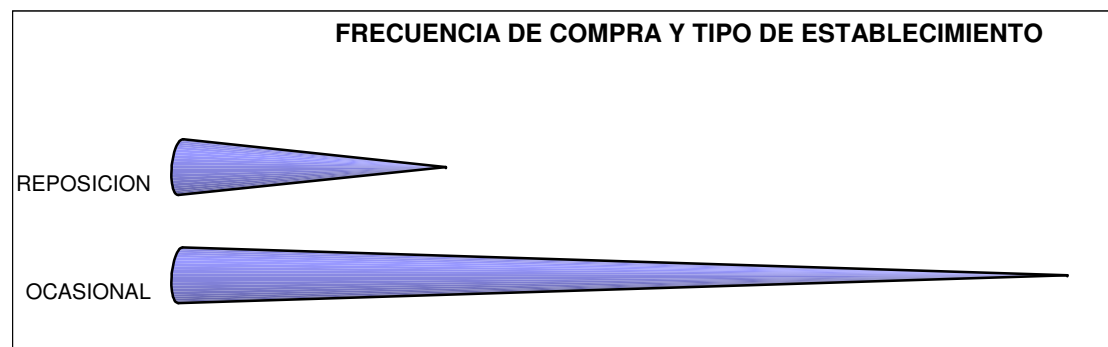
Productos Menaje

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	9,21%	37,50%	46,71%
Gran Superficie	18,42%	34,87%	53,29%
Total	27,63%	72,37%	100,00%



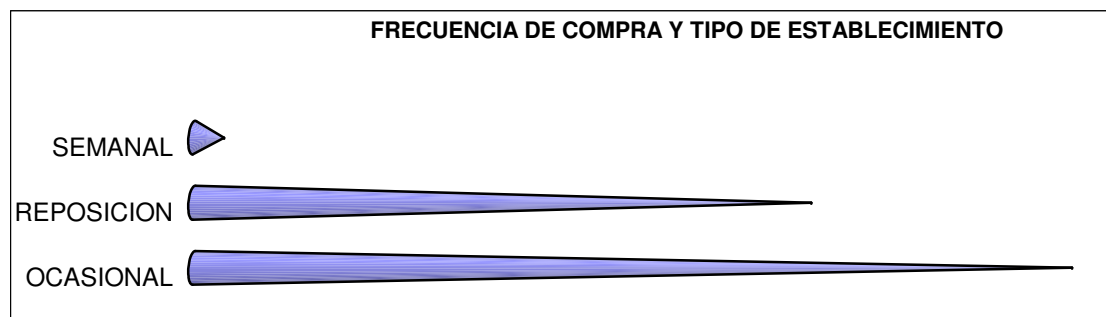
<b>Grupo De Productos</b>	<b>Ocio</b>
Productos	Productos De Ocio

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	50,66%	17,76%	68,42%
Gran Superficie	26,32%	5,26%	31,58%
Total	76,97%	23,03%	100,00%



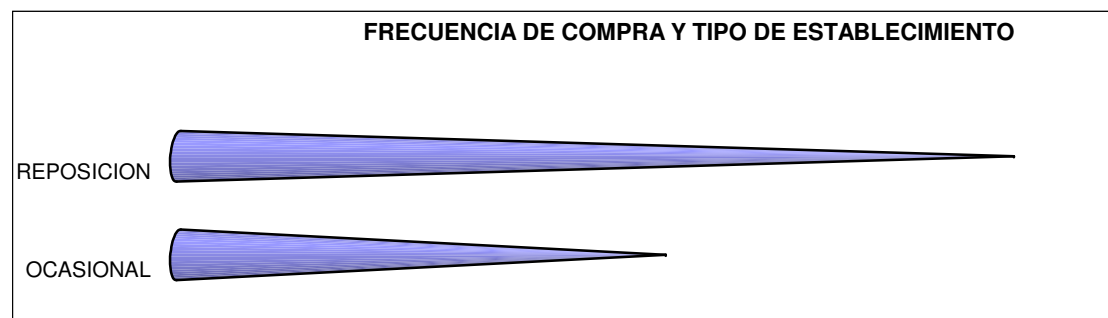
**Grupo De Productos Limpieza E Higiene**  
 Productos Droguería Y Perfumería

Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra	Ocasional	Reposición	Semanal	Total
Especializada	11,18%	13,16%	1,32%	25,66%
Gran Superficie	20,72%	14,80%		35,53%
Supermercado	25,66%	12,50%	0,66%	38,82%
Total	57,57%	40,46%	1,97%	100,00%



**Grupo De Productos Equipamiento**  
Productos Ferretería

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Total</b>
Especializada	7,24%	46,71%	53,95%
Gran Superficie	29,61%	16,45%	46,05%
Total	36,84%	63,16%	100,00%



**Grupo De Productos Todos**

Productos Todos

<b>Tipo De Establecimiento / Frecuencia De Compra</b>	<b>Diario</b>	<b>Ocasional</b>	<b>Reposición</b>	<b>Semanal</b>	<b>Total</b>
Especializada	0,49%	20,18%	30,04%	0,44%	51,15%
Gran Superficie	0,27%	14,75%	15,57%	3,07%	33,66%
Mercado Ambulante		0,60%	0,27%		0,88%
Supermercado	2,47%	3,95%	2,14%	4,77%	13,32%
Tradicional	0,27%	0,11%	0,05%	0,55%	0,99%
<b>Total</b>	<b>3,51%</b>	<b>39,58%</b>	<b>48,08%</b>	<b>8,83%</b>	<b>100,00%</b>

