

DEMANDAS DE LOS CIUDADANOS

Para conocer cuáles son las necesidades detectadas por los ciudadanos de Villamayor realizamos una encuesta en el municipio, prestando especial atención a aquellas iniciativas que pueden ser cubiertas por iniciativa privada, dando así lugar a la creación de nuevas empresas y a generación de puestos de trabajo.

Se realizaron un total de 550 encuestas, diferenciando estratos por género, edad y hábitat. En este último caso las diferencias se han establecido en función de si el encuestado vive en el núcleo urbano o en las urbanizaciones que se encuentran más alejadas del mismo, como ya señalamos al hablar de las técnicas de investigación desarrolladas para la elaboración del estudio que aquí presentamos.

Hábitos de compra

Lo primero que se preguntaba a los encuestados era dónde realizaban la compra de una serie de productos, con cuatro opciones de respuesta: Villamayor, Salamanca, Indistinto y otro municipio (esta última no contemplada en la tabla de frecuencias que a continuación presentamos por constar de porcentajes residuales).

La tabla muestra que los productos más consumidos en el municipio son los farmacéuticos, el material de papelería y la alimentación y productos de limpieza. Por el contrario, la gente se desplaza a Salamanca para comprar productos de telefonía, juguetes, muebles y ropa y calzado, sobre todo.

DÓNDE COMPRA LOS SIGUIENTES PRODUCTOS	Villamayor	Salamanca	Indistinto
Alimentación	32,5	35,6	30,9
Productos de limpieza	27,3	54,9	17,1
Ropa y calzado	5,1	88,3	5,9
Electrodomésticos	13,0	81,1	5,1
Productos farmacéuticos	61,6	26,6	10,7
Productos informáticos	24,3	68,7	6,2
Imagen y sonido	8,5	85,4	5,3
Juguetes	6,1	89,1	4,6
Muebles	6,4	88,7	3,3
Papelería	45,3	44,7	9,8
Cosméticos	24,3	66,0	9,3
Telefonía	6,2	90,5	3,1

La alimentación y productos de limpieza, y los productos farmacéuticos son en los que encontramos un porcentaje más alto de respuesta “*Indistinto*”, si bien al comparar los porcentajes que ofrecen cada una de las otras columnas de las opciones de respuesta, nos damos cuenta de que excepto en productos de farmacia y papelería, el resto de respuesta tienen un porcentaje mayor de respuesta en “*Salamanca*”.

Analizaremos con más detalle el caso de la alimentación, cuyo consumo se divide a partes más o menos iguales entre el municipio y la ciudad, por ser un producto de primera necesidad del que hay oferta en el municipio. Así, vamos a ver a qué perfil responde la gente que compra más en un sitio que en otro.

Las diferencias por género y por edad muestran que, en general, las que más compran en el municipio son las mujeres, mientras que los hombres son más propensos a desplazarse a Salamanca. En cuanto a la edad, observamos cómo tanto en hombres como en mujeres, una mayor edad supone más probabilidad de que el encuestado consuma en el municipio, y viceversa. Los jóvenes son los que más compran específicamente en Salamanca, mientras los otros dos grupos ofrecen una mayor opción de respuesta “*Indistinto*”.

DÓNDE COMPRA LA ALIMENTACIÓN		Villamayor	Salamanca	Indistinto	Total
Hombre	Menor de 35	31,03	43,68	25,29	100,00
	35 a 54	24,09	37,23	37,96	100,00
	55 o más	35,19	29,63	35,19	100,00
Total		28,42	37,77	33,45	100,00
Mujer					
Mujer	Menor de 35	27,06	41,18	30,59	100,00
	35 a 54	37,59	33,83	27,82	100,00
	55 o más	50,00	21,15	28,85	100,00
Total		36,67	33,70	28,89	100,00

El hábitat es un factor que influye en gran medida para el consumo en el pueblo o en Salamanca, tal como muestra la siguiente tabla. En ella, vemos cómo casi el 40% de los encuestados residentes en el núcleo urbano compran en Villamayor, mientras que para los residentes de las urbanizaciones este porcentaje apenas supera el 20%. Estos prefieren comprar en Salamanca en mayor medida que aquellos que viven en el núcleo urbano, y su respuesta “*Indistinto*” también es más amplia, por lo que podemos entender que los usuarios del núcleo urbano son más fieles que los de las urbanizaciones.

Por otra parte, este análisis por hábitat también enlaza con la tabla anterior, en la medida en que el núcleo urbano tendrá una población más envejecida, que es la que tiene una menor tendencia a desplazarse a Salamanca para comprar.

DÓNDE COMPRA LA ALIMENTACIÓN		Villamayor	Salamanca	Indistinto	Total
Hábitat	Núcleo Urbano	39,05	30,79	29,52	100,00
	Urbanización	23,83	42,13	33,62	100,00
Total		32,55	35,64	31,27	100,00

El tiempo que uno lleve viviendo en el municipio también influye a la hora de comprar en uno u otro sitio: a medida que la gente lleva más tiempo viviendo en el municipio, más compra en él. Esto, entre otras cosas, está relacionado con que los más veteranos en Villamayor conocen

mejor el comercio que hay, mientras que algunos de los pobladores relativamente nuevos al ser encuestados afirmaban no saber qué servicios empresariales y comerciales había en el municipio. Además, muchos de los nuevos pobladores proceden de la ciudad y están acostumbrados a comprar allí y no han cambiado esos hábitos.

Hay una excepción que se refiere a aquellas personas de llegada reciente al municipio, que también son más propensos a consumir en él, lo que indica cierta ruptura en la tendencia anteriormente señalada.

DÓNDE COMPRA LA ALIMENTACIÓN		Villamayor	Salamanca	Indistinto	Total
Tiempo en el municipio	1 año o menos	36,67	30,00	33,33	100,00
	Entre 1 y 5 años	23,15	52,78	23,15	100,00
	Más de 5 años y menos de 10	29,28	36,46	33,70	100,00
	Más de 10 años, pero no siempre	36,90	27,98	34,52	100,00
	Desde siempre	44,44	26,98	28,57	100,00
Total		32,55	35,64	31,27	100,00

En cuanto a los motivos de comprar en Salamanca, se trata sobre todo de una cuestión de comodidad. La gente puntualizaba que era más cómodo ir a una gran superficie donde en un mismo espacio encuentras todos los productos que necesitas, con el consiguiente ahorro de tiempo. Así, la variedad de productos era el principal motivo del 70,9% de los encuestados para realizar la compra en Salamanca.

MOTIVOS POR LOS QUE COMPRA EN SALAMANCA	% de casos
Permanecen abiertos más horas	6,0
Tienen mayor variedad de productos	70,9
Encuentro productos de mayor calidad	4,7
Ofrecen mejor trato al cliente	0,2
Están más cerca de mi domicilio	6,7
Están más cerca de mi lugar de trabajo	19,7
Abren días festivos	0,7
Facilidad de aparcamiento	3,7
Facilidades de pago	0,9
Precios más competitivos	16,9
Mayor garantía	0,2
No contesta	1,1
Total	131,8

En cualquier caso, hay que señalar que, aunque no fue incluido como ítem de respuesta, sí hubo encuestados que señalaron que compraban fuera porque en Villamayor no encontraban los productos que iban a consumir en Salamanca, pero que, de haberlos, no se trasladarían.

Otras cuestiones que favorecen el consumo en Salamanca, aunque con porcentajes inferiores, son la cercanía al lugar de trabajo (19,7%): la gente aprovecha al acabar la jornada laboral para realizar la compra; o el hecho de que en Salamanca encuentran precios más baratos en general, y mayor cantidad de ofertas y promociones (16,9%).

“Las tiendas en Villamayor son bastante más caras que en Salamanca. Esas tiendas están para la gente del núcleo urbano que va todos los días a comprar y va andando”

Opinión extraída de una entrevista en profundidad

También hay que recalcar el hecho de que casi un 7% de los encuestados señalaban que Salamanca está más cerca de su domicilio que Villamayor. Algunos de ellos especificaban que la carretera que une su domicilio, generalmente ubicado en una urbanización, con el centro del pueblo está en muy malas condiciones.

Así lo notan también los comerciantes del núcleo urbano, que señalaban en las entrevistas que esta clientela es a la que más difícil resulta acceder:

“La mayoría de la gente de urbanizaciones, cogen el coche y se van a comprar a Salamanca”

Opinión extraída de una entrevista en profundidad

Así, después de la cuestión de la variedad de productos, que es el principal motivo para desplazarse a Salamanca, el precio es el segundo motivo más relevante para los habitantes del núcleo urbano para desplazarse a la ciudad, mientras que la gente de las urbanizaciones compra allí más porque es donde se encuentra su actividad laboral, dando una menor importancia a los precios que quienes viven en el centro del municipio.

MOTIVOS DE COMPRAR EN SALAMANCA	Hábitat	
	Núcleo Urbano	Urbanización
Permanecen abiertos más horas	6,21	5,63
Tienen mayor variedad de productos	69,61	72,73
Encuentro productos de mayor calidad	4,90	4,33
Ofrecen mejor trato al cliente	0,33	0,00
Están más cerca de mi domicilio	0,00	6,70
Están más cerca de mi lugar de trabajo	14,05	27,27
Abren días festivos	1,31	0,00
Facilidad de aparcamiento	2,61	5,19
Facilidades de pago	0,65	1,30
Precios más competitivos	21,57	10,82
Mayor garantía	0,00	0,43

Efectivamente, al preguntar por el tipo de establecimiento donde suelen hacer la compra, más del 50% de los encuestados respondieron que en “*Hipermercados, grandes superficies*”, es

decir, en establecimientos en los que encuentran todo lo que necesitan en un mismo espacio. Además, la gente que más compra en Salamanca es la que tiende a comprar en grandes superficies, mientras que quienes respondían más que compraban en “*Tiendas especializadas de la calle*” eran aquellos que acudían a Villamayor a consumir.

DÓNDE SUELE COMPRAR	% de casos
Tiendas especializadas de la calle	28,23
Mercados de barrio	10,38
Supermercados	44,63
Hipermercados, grandes superficies	53,19
Grandes almacenes	6,92
Mercadillos o venta ambulante	0,73
No contesta	0,73
Total	144,81

Por su parte, el horario comercial no se ha revelado como uno de los motivos para comprar menos en Villamayor. Que los establecimientos permanezcan abiertos más horas no aumentaría en gran medida el consumo en ellos, tal como manifiesta la siguiente tabla, ya que no es una cuestión de horario, sino de oferta, refiriéndonos con oferta tanto a la diversidad de productos como a la variedad de precios. En dicha tabla vemos que el porcentaje de encuestados que acudirían más a comprar en Villamayor si se ampliase el horario comercial de sus comercios y tiendas (respuestas “*Mucha*” y “*Bastante*”) es inferior al 25%.

PROBABILIDAD DE COMPRAR EN VILLAMAYOR SI SE AMPLIASE EL HORARIO COMERCIAL	%
Mucha	5,64
Bastante	16,55
Poca	21,64
Ninguna	55,45
No contesta	0,73
Total	100,00

La gente tiende, además, a comprar entre semana, si bien hay un 30% de los encuestados que prefieren hacer sus compras en fin de semana. En cuanto al momento del día elegido para hacer sus compras, algo más del 80% respondían que hacían sus compras en horario de comercio, es decir: por la mañana o por la tarde antes de las 20h. El mediodía sólo fue relevante para el 10% de los casos. Por tanto, ampliar el horario comercial no parece una medida que realmente fuera a tener un gran impacto a priori.

MOMENTO DE LA SEMANA EN QUE SUELE REALIZAR LA COMPRA	%
Entre semana	51,09
Fines de semana	30,55
Indistinto	18,18
No contesta	0,18
Total	100,0

MOMENTO DEL DÍA EN EL QUE COMPRA	% de casos
Por la mañana	40,55
A mediodía	10,00
Por la tarde (antes de las 20h.)	41,09
Por la tarde (a partir de las 20h.)	5,82
Indistinto	7,5
No contesta	0,2
Total	105,1

En cuanto al pago, más del 50% preferían pagar en efectivo, sobre todo era preferido este método entre aquellas personas que tendían a comprar en Villamayor.

MODO DE PAGO PREFERIDO	%
En efectivo	50,36
Tarjeta bancaria	32,73
Indiferente	16,91
Total	100,00