

**ENCUESTA MUESTRARIA:  
“VALORACIÓN DEL ACTUAL EQUIPAMIENTO COMERCIAL  
DEL MUNICIPIO DE ARRECIFE”**

**SUMARIO**

	<b><u>Página</u></b>	
	<b>Texto</b>	<b>Gráficos</b>
■ I.- <b><u>FICHA TÉCNICA</u></b> .....	1 a 5	18
■ II.- <b><u>CONCLUSIONES</u></b> .....	6 a 17	19 a 28
II.1.- VALORACIÓN DEL ACTUAL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARRECIFE. TIPO DE ESTABLECIMIENTOS QUE SE “ECHAN EN FALTA”.....	7 - 8	19 - 20
II.2.- VENTAJAS E INCONVENIENTES QUE SE PROYECTAN SOBRE LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES.....	9 - 10	21 - 22
II.3.- NIVEL DE CONOCIMIENTO Y ACTITUD PERSONAL ANTE LA POSIBLE APERTURA DE UN GRAN CENTRO COMERCIAL EN VALTERRA.....	11 a 13	23 - 24
II.4.- IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES BENEFICIADOS Y PERJUDICADOS POR LA APERTURA DEL CENTRO COMERCIAL EN VALTERRA.....	14	25 - 26
II.5.- PERCEPCIONES SOBRE DE QUIÉN DEPENDE LA APERTURA DEL CENTRO COMERCIAL DE VALTERRA, Y SOBRE CUÁL SERÁ LA DECISIÓN FINAL QUE SE ADOpte AL RESPECTO.....	15 a 17	27 - 28
■ III.- <b><u>ANEXOS ESTADÍSTICOS Y DOCUMENTALES</u></b> .....	29 a 52	
III.1.- ANEXOS ESTADÍSTICOS (Tablas numéricas).....	29 a 46	
- EN VALORES ABSOLUTOS.....	29 a 34	
- EN PORCENTAJES HORIZONTALES.....	35 a 40	
- EN PORCENTAJES VERTICALES.....	41 a 46	
III.2.- ANEXOS DOCUMENTALES.....	47 a 52	
- CUESTIONARIO.....	47 - 48	
- MANUAL DE CODIFICACIÓN.....	49 a 51	
- PLAN DE TABULACIÓN.....	52	
■ IV.- <b><u>OTROS ANEXOS: DOS DISKETTES</u></b> .....	53	
- UNO, CON LAS TABLAS ESTADÍSTICAS EN “EXCEL”		
- OTRO, CON LA SÍNTESIS GRÁFICA DE LOS PRINCIPALES RESULTADOS EN “POWERPOINT”		

## ■ I.- FICHA TÉCNICA

El presente documento contiene las **CONCLUSIONES**, así como una **SÍNTESIS GRÁFICA DE PRINCIPALES RESULTADOS** y los **ANEXOS ESTADÍSTICOS Y DOCUMENTALES**, correspondientes a una **encuesta muestraria** que -por expreso encargo del **AYUNTAMIENTO DE ARRECIFE**- ha llevado a cabo **INSTITUTO PERFILES CANARIAS**.

El **objetivo básico** de la citada **encuesta** es **CONOCER LA VALORACIÓN DEL ACTUAL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DEL MUNICIPIO DE ARRECIFE**.

Para asegurar la **plena consecución** de dicho objetivo fueron **indagadas** una serie de **cuestiones complementarias**, no por ello exentas de interés, tales como:

- **VALORACIÓN DEL ACTUAL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARRECIFE. TIPO DE ESTABLECIMIENTOS QUE SE “ECHAN EN FALTA”.**
- **VENTAJAS E INCONVENIENTES QUE SE PROYECTAN SOBRE LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES.**
- **NIVEL DE CONOCIMIENTO Y ACTITUD PERSONAL ANTE LA APERTURA DE UN GRAN CENTRO COMERCIAL EN VALTERRA.**
- **IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES BENEFICIADOS Y PERJUDICADOS POR LA APERTURA DEL CITADO CENTRO.**
- **PERCEPCIONES SOBRE DE QUIÉN DEPENDE LA APERTURA DEL GRAN CENTRO COMERCIAL DE VALTERRA, Y SOBRE CUÁL SERÁ LA DECISIÓN FINAL QUE AL RESPECTO SE ADOPTE.**

Para cubrir los citados objetivos fue **diseñada**, y **ejecutada íntegramente**, una **ENCUESTA** -mediante **ENTREVISTA PERSONAL**, aplicada **EN EL HOGAR**- cuyas principales **características técnico-metodológicas** quedan recogidas en la siguiente **“FICHA TÉCNICA”**:

- **UNIVERSO**

Está definido por la **totalidad de los individuos, hombres y mujeres, de más de 15 años**, que **residen** habitualmente en **ARRECIFE de Lanzarote**. Al citado **universo** pertenecen, en **Febrero de 2002**, un total de **37.954 personas**.

En la **página 5** de esta “**ficha técnica**” se informa sobre la **ESTRUCTURA DEL UNIVERSO INVESTIGADO** por **sexo, edad y barriada**.

- **MUESTRA**

Han sido encuestadas un total de **800 personas**, pertenecientes al **universo** antes definido, distribuidas con **criterio de proporcionalidad** entre las distintas **barriadas** en que esta zonificado el municipio de **ARRECIFE**.

Este **diseño muestral** posibilita la obtención de datos con un **error máximo**, para **datos globales**, del  $\pm 3'5\%$ <sup>1</sup>, con un **intervalo de confianza** del **95'5%**, y en la **hipótesis más desfavorable, P=Q=50** (según las tablas de **ARKIN** y **COLTON** para **universos finitos**).

En la **página 6** de esta “**ficha técnica**” se informa sobre la **ESTRUCTURA DE LA MUESTRA ENCUESTADA**, por diversas variables.

- **SELECCIÓN DE LA UNIDAD MUESTRAL**

La **unidad muestral última** -el individuo encuestado- ha sido seleccionada mediante la aplicación de **criterios estrictamente aleatorios** (**Método RANDOM-ROUTE** y similares); aunque para **evitar sesgos y desviaciones** en la **estructura de la muestra** también fue aplicado un **sistema corrector**, mediante **cuotas preestablecidas**, para las **variables SEXO y EDAD**; la utilización del citado **sistema corrector** tan solo pretende asegurar que en la **muestra encuestada están suficientemente representadas las diferentes tipologías de individuos adultos existentes en ARRECIFE**, estándolo además en una **proporción igual, o muy similar**, a como lo están en el conjunto del **universo** del que forman parte.

---

<sup>1</sup> Este error se incrementa cuando se analizan los datos para submuestras concretas de menor dimensión.

● **CUESTIONARIO**

El **cuestionario** utilizado ha sido de tipo **estructurado**, conteniendo las preguntas suficientes y necesarias para cubrir los objetivos propuestos. Su **total y correcta cumplimiento** ha requerido, por término medio, unos **4 ó 5 minutos**.

En las **páginas 47 y 48** del presente documento (ver separata), se adjunta copia del **cuestionario** aplicado.

● **TRABAJO DE CAMPO**

La **recogida de información** fue realizada -mediante **entrevista personal**, aplicada en el **hogar**- entre el **25 y el 28 de Febrero de 2002**, habiendo participado en dicho proceso **16 agentes encuestadores, 2 Supervisores y 1 coordinador**.

● **CODIFICACIÓN**

Las **preguntas “abiertas”** (de respuesta **no precodificada**) contenidas en el cuestionario fueron **codificadas** (asignación de dígitos alfanuméricos), tomando como base un **manual o diccionario de codificación** que fue diseñado específicamente para tal fin.

En las **páginas 49 a 51** del presente documento (ver separata) se adjunta copia del **manual de codificación** utilizado.

● **TRATAMIENTOS INFORMÁTICOS**

La **grabación y tabulación** de los datos ha sido realizada en un **centro de cálculo especializado en el tratamiento de encuestas (ODEC)**.

La **tabulación** efectuada ha sido de tipo “**clásica**”, ventilándose las respuestas a todas las preguntas contenidas en el cuestionario por las **variables explicativas SEXO, EDAD y BARRIADA**.

En las **páginas 29 a 46** del presente documento se adjuntan las **tablas estadísticas** generadas tras la aplicación del **proceso tabulador**, expresadas como tradicionalmente suele hacerse en el campo de la **mercadotecnia** y de la **opinión pública** (en **valores ABSOLUTOS**, en **% HORIZONTALES** y en **% VERTICALES**); incluso en la **página 52** se adjunta también el **plan de tabulación** aplicado.

Además, en la **ultima página** de este documento, se aportan **dos diskettes**:

- **Uno**, conteniendo las **TABLAS ESTADÍSTICAS** en “**EXCEL**”.
- **Otro**, conteniendo la **SÍNTESIS GRÁFICA DE LOS PRINCIPALES RESULTADOS** en “**POWERPOINT**”.

### ESTRUCTURA DEL UNIVERSO INVESTIGADO

En **ARRECIFE** residen -en **Febrero de 2002**- un total de **37.954<sup>2</sup>** personas adultas, de más de 15 años, distribuidas como a continuación se indica:

<b>■ <u>Por "SEXO"</u></b>	<u>Abs.</u>	<u>%</u>
- Hombre	19.382	51'07
- Mujer	18.572	48'93
<b>■ <u>Por "EDAD"</u></b>		
- De 16 a 24 años	7.559	19'92
- De 25 a 34 años	10.679	28'14
- De 35 a 44 años	7.842	20'66
- De 45 a 54 años	5.157	13'59
- De 55 a 64 años	3.254	8'57
- Más de 64 años	3.463	9'12
<b>■ <u>Por "BARRIADA"</u></b>		
- Centro (Casco)	7.808	20'57
- La Vega	6.044	15'92
- Altavista	5.502	14'50
- Titerroy	5.335	14'06
- Argana Alta	2.708	7'13
- Valterra	2.500	6'59
- Las Salinas	2.289	6'03
- San Francisco Javier	1.476	3'89
- Maneje	942	2'48
- Argana Baja	861	2'27
- Los Alonso	830	2'19
- El Cable	528	1'39
- Tenorio	315	0'83
- La Concha	225	0'59
- Diseminado	591	1'56

<sup>2</sup> Fuente: Ayuntamiento de Arrecife.

## ESTRUCTURA DE LA MUESTRA ENCUESTADA

### DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS 800 ENTREVISTAS REALIZADAS, POR DISTINTAS VARIABLES

#### ■ Por "SEXO"

- Hombre	51'1
- Mujer	48'9

#### ■ Por "EDAD"

- De 16 a 24 años	19'9
- De 25 a 34 años	28'1
- De 35 a 44 años	20'7
- De 45 a 54 años	13'6
- De 55 a 64 años	8'6
- Más de 64 años	9'1

#### ■ Por "ESTADO CIVIL"

- Soltero	36'1
- Casado / En pareja	52'9
- Otro estado	11'0

#### ■ Por "PROFESIÓN"

- Activo	60'8
- Ama de casa	21'4
- Estudiante	6'8
- Jubilado	5'0
- Parado	6'0

#### ■ Por "FORMACIÓN"

- Primaria	26'6
- Básica	46'9
- Media	17'0
- Superior	9'5

#### ■ Por "BARRIADA"

- Casco	20'6
- La Vega	15'9
- Altavista	14'5
- Titerroy	14'1
- Valterra	6'6
- Resto	28'3

## ■ II.- CONCLUSIONES

Conocidas las principales singularidades técnico-metodológicas de la encuesta muestraria “VALORACIÓN DEL ACTUAL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DEL MUNICIPIO DE ARRECIFE”, llevado a cabo por expreso encargo del AYUNTAMIENTO DE ARRECIFE, pasamos a informar sobre las CONCLUSIONES que del mismo se derivan; estructurando su presentación en los siguientes bloques temáticos:

- VALORACIÓN DEL ACTUAL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARRECIFE. TIPO DE ESTABLECIMIENTOS QUE SE “ECHAN EN FALTA”.
- VENTAJAS E INCONVENIENTES QUE SE PROYECTAN SOBRE LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES.
- NIVEL DE CONOCIMIENTO Y ACTITUD PERSONAL ANTE LA APERTURA DE UN GRAN CENTRO COMERCIAL EN VALTERRA.
- IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES BENEFICIADOS Y PERJUDICADOS POR LA APERTURA DE DICHO CENTRO COMERCIAL.
- PERCEPCIONES SOBRE DE QUIÉN DEPENDE LA APERTURA DEL GRAN CENTRO COMERCIAL DE VALTERRA, Y SOBRE CUÁL SERÁ LA DECISIÓN FINAL QUE AL RESPECTO SE ADOPTE.

**II.1.- VALORACIÓN DEL ACTUAL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARRECIFE.**  
**TIPO DE ESTABLECIMIENTOS QUE SE “ECHAN EN FALTA”**

A la totalidad de la muestra encuestada -toda ella residente en **ARRECIFE**- le fue solicitada una **valoración**, en términos de **suficiencia**, del **actual equipamiento comercial de ARRECIFE**. Esta es su opinión al respecto:

- <b>ES SUFICIENTE</b> .....	<b>64'6%</b>
- <b>Es insuficiente</b> .....	<b>31'9%</b>
- <b>No se definen</b> .....	<b>3'5%</b>
<b>(Balance: + 32'7)</b>	

Un mayoritario **65%** de la **población adulta**, de **más de 15 años**, considera que la **cantidad y calidad de establecimientos comerciales existentes** en el **municipio capitalino** es **SUFICIENTE** para atender sus necesidades; opinión **“conformista”** no compartida por el **32%** que considera que el **equipamiento comercial** de la ciudad es **INSUFICIENTE**. Tan solo el **3%** de la muestra no ha emitido la **valoración solicitada**. Veamos el **“perfil tipológico”** de cada uno de los **dos grupos de opinión** configurados.

• **CONSIDERAN “SUFICIENTE” EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL**

Los **rasgos predominantes** en el seno de esta **submuestra**, a la que pertenecen **casi 2 de cada 3 encuestados**, son los siguientes:

- **Más MUJERES** que hombres.
- **Aumenta conforme se incrementa la edad** (a más edad, más suficiente se considera el **“equipamiento”**).
- **Residen en CASCO, ALTAVISTA y TITERROY** (la situación **“más crítica”** se instala en **VALTERRA**).

- **CONSIDERAN “INSUFICIENTE” EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL**

De esta opinión participa casi **1 de cada 3 encuestados**, configurando un grupo cuyo “perfil” es el siguiente:

- **Más HOMBRES** que mujeres.
- **Aumenta conforme desciende la edad** (los más jóvenes, son los más críticos).
- **Residen**, sobre todo, en **VALTERRA**; pero también **se crítica** en **LA VEGA**.

A la **submuestra** que considera **INSUFICIENTE** el actual equipamiento comercial de **ARRECIFE** le hemos solicitado su opinión sobre **qué tipo de establecimientos “echa en falta” en la ciudad**. Son los siguientes:

- <b>GRAN CENTRO COMERCIAL</b> <sup>3</sup> .....	<b>46’7%</b>
- <b>Tiendas de ropa y Calzado</b> .....	<b>15’2%</b>
- Salas de ocio para la juventud.....	7’8%
- Tiendas de alimentación.....	6’7%
- Tiendas de artículos deportivos.....	3’6%
- Otro tipo de establecimientos.....	11’2%
- <b>No se definen</b> .....	<b>14’7%</b>

(Admitida respuesta múltiple)

La opinión de la población que **demanda más equipamiento** (1 de cada 3) es **inequívocadamente clara**: “**echan en falta**”, ante todo, un **GRAN CENTRO COMERCIAL**. Se detectan **otras demandas**, pero por parte de **segmentos poblaciones más reducidos** (por ejemplo, el **5%** de los residentes en **LA VEGA** “**claman**” por una **FARMACIA** “).

Quienes “**echan en falta**” un **GRAN CENTRO COMERCIAL** en **ARRECIFE** pertenecen a la siguiente tipología:

- **Más MUJERES** que hombres.
- **Tienen de 25 a 44 años**.
- **Residen**, ante todo, en **VALTERRA**, **TITERROY** y **barriadas “menores”**.

<sup>3</sup> A los que algunos llaman “Grandes Almacenes”, y otros “Hipermercados”.

## II.2.- VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES

Hemos visto que **entorno al 15%** de la **población adulta** residente en **ARRECIFE** (aproximadamente **5.700 personas**) “**echan en falta**” un **GRAN CENTRO COMERCIAL**.

Pues bien, a la **totalidad** de la **muestra encuestada**, con independencia de su valoración sobre el **equipamiento comercial de la ciudad**, le hemos preguntado **su opinión** sobre los **grandes centros comerciales**. Veamos que **VENTAJAS e INCONVENIENTES** se imputan a estos **grandes establecimientos**.

### • VENTAJAS DE LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES

- <b>VARIEDAD DE PRODUCTOS</b> .....	<b>38'0%</b>
- <b>COMODIDAD / FACILIDAD</b> <sup>4</sup> .....	<b>28'0%</b>
- <b>MEJORES PRECIOS / MÁS OFERTAS</b> ...	<b>19'4%</b>
- <b>Más competencia</b> .....	<b>9'8%</b>
- <b>Generan empleo</b> .....	<b>6'3%</b>
- <b>Otras ventajas</b> .....	<b>5'1%</b>
- <b>Ninguna ventaja</b> .....	<b>4'9%</b>
- <b>No se definen</b> .....	<b>9'5%</b>

(Admitida respuesta múltiple)

No cabe duda alguna que **AMPLITUD DE OFERTA, COMODIDAD y MEJORES PRECIOS** son las **calidades más apreciadas** de los **grandes centros comerciales**.

Conocidas las **ventajas**, veamos cuáles son sus **inconvenientes**.

### • INCONVENIENTES DE LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES

- <b>PERJUDICA AL PEQUEÑO COMERCIO</b> ..	<b>23'5%</b>
- <b>Aglomeraciones / colas</b> .....	<b>5'7%</b>
- <b>Otros inconvenientes</b> .....	<b>12'0%</b>
- <b>NINGÚN INCONVENIENTE</b> .....	<b>23'0%</b>
- <b>NO SE DEFINEN</b> .....	<b>36'9%</b>

(Admitida respuesta múltiple)

<sup>4</sup> “Todas las tiendas juntas”.

De las **valoraciones negativas** facilitadas se desprende lo siguiente:

- En **primer lugar**, la **ELEVADA TASA DE INDEFINICIÓN**: submuestra que **no emite la valoración** en los términos solicitados (ya sea porque **no sabe** que **inconvenientes tienen**, ya sea por que **no se los encuentran**).
  
- En **segundo lugar**, la **AUSENCIA DE INCONVENIENTES**, aunque quizás esta **“actitud”** sea aún **mayor**. Bastaría **sumarle** los **indefinidos** que lo han sido por **no ser capaces de encontrar inconvenientes**, para que **esta razón** fuese la que **liderase** el **“ranking”** de inconvenientes.
  
- En **tercer lugar**, un **SENTIMIENTO DE SOLIDARIDAD** respecto al **PEQUEÑO COMERCIO** (el que está más cerca de casa, del que probablemente conoce a su propietario y a sus dependientes), por considerarse que son los más **perjudicados** por los **grandes centros comerciales**.
  
- Y, por **último**, se **critican** -aunque levemente- las **AGLOMERACIONES** y **COLAS** que en ellos se producen; lo que, lógicamente, es **consecuencia** de los **flujos de clientela** que llegan a ellos atraídos por los más **apreciado** de **su oferta** (**variedad-comodidad-precio**).

### **II.3.- NIVEL DE CONOCIMIENTO Y ACTITUD PERSONAL ANTE LA POSIBLE APERTURA DE UN GRAN CENTRO COMERCIAL EN VALTERRA**

Tras **informar** a la muestra encuestada -recordemos que toda ella es **adulta** y **reside** en **ARRECIFE**- de que “**parece existir el proyecto de construir un gran centro comercial en Valterra**”, indagamos el **nivel de conocimiento** que sobre el citado **proyecto** se tiene.

Prácticamente **3 de cada 4** encuestados (concretamente el **73'9%**) **CONOCE** la existencia del citado **proyecto**; o lo que es lo mismo el **26'1%** (**1 de cada 4**) la **DESCONOCE**.

Los “**peor**” **informados** (el **26'1%** de la muestra) pertenecen a la siguiente **tipología de público**:

- **Son más MUJERES** que hombres.
- **Tienen edades “extremas”** (tanto los **más jóvenes**, como los de **más edad**).
- **Residen en TITERROY**.

Con independencia del **nivel de conocimiento** existente sobre la **posible construcción** de un **gran centro comercial** en **Valterra**; y tras darlo por conocido, puesto que nosotros mismos hemos informado sobre ello, demandamos a todos los encuestados su **actitud de apoyo** o **rechazo** al citado proyecto. Conozcamos su opinión:

- <b>ESTÁN A “FAVOR”</b> .....	<b>60'5%</b>
- <b>ESTÁN “EN CONTRA”</b> .....	<b>25'4%</b>
- Le da igual / No le preocupa.....	8'2%
- No se definen.....	5'9%

**(Balance: + 35'1)**

La **posición** de la población es **rotundamente clara**: mientras un **mayoritario 61%** de los encuestados **ESTÁ A FAVOR** de que se construya el **gran centro comercial de VALTERRA**; **1 de cada 4** (el **25%**) manifiesta una **ACTITUD CONTRARIA**. El **14%** restante **no se manifiesta** ante la cuestión planteada.

Conozcamos **quiénes** son los que **ESTÁN “A FAVOR”**, **quiénes “EN CONTRA”** y a **quiénes “NO LES PREOCUPA”** el que se construya el centro comercial de Valterra.

- **PERFIL DE LOS QUE “ESTÁN A FAVOR”**
  - Algo más las **MUJERES** que los hombres.
  - Se incrementa el “apoyo” conforme desciende la edad (siendo particularmente intenso entre los que tienen menos de 35 años).
  - Se reparten por todas las barriadas de **ARRECIFE** (siendo ligeramente menor el apoyo en **LA VEGA** y **TITERROY**).
  
- **PERFIL DE LOS QUE “ESTÁN EN CONTRA”**
  - Hombres y mujeres, indistintamente.
  - Se incrementa la “crítica” conforme aumenta la edad (siendo particularmente intensa entre los integrantes de la “tercera edad”).
  - Residen en **LA VEGA** y, sobre todo, en **VALTERRA**.
  
- **PERFIL DE LOS QUE “NO SE DEFINEN” o “NO LES PREOCUPA”**
  - Algo más **HOMBRES** que mujeres.
  - Tienen más de 55 años (aunque entre los de 35 a 44 ya se registran algunas posturas de “ambigüedad o “pasotismo”).
  - Residen en **TITERROY**.

Conocidos los “perfiles” de los tres grupos de opinión configurados, indagamos las razones que aducen para justificar su actitud las submuestras que se posicionan **A FAVOR** o **EN CONTRA** del gran centro comercial de **Valterra**; aunque anticipamos que cada una de ellas esgrimen los mismos argumentos que ya utilizaron al referirse a las ventajas e inconvenientes de los grandes centros comerciales.

- **RAZONES PARA “APOYAR” EL PROYECTO**

(Submuestra integrada por el 60'5%)

- <b>BENEFICIAN AL CONSUMIDOR</b> <sup>5</sup> .....	<b>73'8%</b>
- <b>Generan empleo</b> .....	<b>14'8%</b>
- Otras razones positivas.....	<b>6'9%</b>
- <b>No se definen</b> .....	<b>17'1%</b>

(Admitida respuesta múltiple)

<sup>5</sup> Porque son **MÁS CÓMODOS**, tienen **MÁS VARIEDAD** y ofrecen **MEJORES PRECIOS**.

- **RAZONES PARA “OPONERSE” AL PROYECTO**

(Submuestra integrada por el 25'4%)

- PERJUDICA AL PEQUEÑO COMERCIO..	44'3%
- Aglomeraciones / Colas.....	26'2%
- Excesivamente grandes.....	5'2%
- Otras razones negativas.....	23'7%
- No se definen.....	1'8%

(Admitida respuesta múltiple)

#### II.4.- IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES BENEFICIADOS Y PERJUDICADOS POR LA APERTURA DE UN GRAN CENTRO COMERCIAL EN VALTERRA

La población adulta residente en Arrecife considera que la construcción del gran centro comercial de Valterra **BENEFICIARÁ** a unos y **PERJUDICARÁ** a otros. Veamos como identifica a cada uno ellos.

- **BENEFICIADOS**

- <b>TODOS / CIUDADANOS / PUEBLO / CONSUMIDORES..</b>	<b>51'3%</b>
- Los empresarios.....	18'1%
- Los que construyan el centro.....	11'3%
- Las "multinacionales".....	6'4%
- Otros "beneficiados".....	9'8%
- No se definen.....	10'9%

(Admitida respuesta múltiple)

- **PERJUDICADOS**

- <b>EL PEQUEÑO COMERCIO.....</b>	<b>63'2%</b>
- Otros "perjudicados".....	15'7%
- Nadie.....	7'9%
- No se definen.....	15'2%

(Admitida respuesta múltiple)

Sintetizar la opinión sobre los **posibles BENEFICIADOS y PERJUDICADOS** por el **gran centro comercial de Valterra** parece **sencilla**: Se **BENEFICIAN**, sobre todo, el **CONJUNTO DE LOS CIUDADANOS**; y resultan particularmente **PERJUDICADOS** los **PEQUEÑOS COMERCIOS**.

## **II.5.- PERCEPCIONES SOBRE DE QUIÉN DEPENDE LA APERTURA DEL GRAN CENTRO COMERCIAL DE VALTERRA, Y SOBRE CUÁL SERÁ LA DECISIÓN FINAL QUE SE ADOpte AL RESPECTO**

Ante la **totalidad** de la **muestra encuestada** hemos indagado **dos cuestiones concretas**, que mucho tienen que ver con que el **proyecto del centro comercial de Valterra** sea o no - finalmente- una realidad.

En **primer lugar**, preguntamos sobre **DE QUIÉN DEPENDE** la **decisión final**; y -en **segundo lugar**- indagamos las **percepciones**, las **creencias**, que se tienen sobre el “**desenlace final**”. Veamos qué opina la **población adulta residente en Arrecife** sobre cada una de estas cuestiones.

- **DE QUIÉN DEPENDE QUE SE DÉ “LUZ VERDE” A LA CONSTRUCCIÓN DEL CENTRO COMERCIAL DE VALTERRA**

Para la población encuestada la **responsabilidad última** sobre la **construcción del centro comercial de Valterra** la tiene...

- EL AYUNTAMIENTO DE ARRECIFE.....	<b>39'0%</b>
- El Cabildo de Lanzarote.....	<b>15'6%</b>
- El Gobierno de Canarias.....	<b>12'5%</b>
- Otros.....	<b>2'1%</b>
- NO SE DEFINEN.....	<b>34'0%</b>

(Admitida respuesta múltiple)

En definitiva, **para casi el 40%** de la población la **autorización final** deberá otorgarla la **corporación municipal**; **opinión no compartida** por el **28%** que cree que la **aprobación** debe ser dada por otras instituciones de rango superior: El **Cabildo insular** o el **Gobierno regional**.

La **submuestras** que otorga la **dependencia a “otros”** es **irrelevante**; pero, sin embargo, es **muy importante** la **submuestra** que **no tiene opinión** al respecto.

Los que **imputan la decisión al Ayuntamiento de la ciudad**, tienen el siguiente **perfil tipológico**:

- Más las **MUJERES** que los hombres.
- Pertenecen al segmento de la “**tercera edad**”.
- **Se reparten por todas las barriadas**, aunque **no parecen estar tan convencidos** del **decisivo papel** de la **institución municipal** los que **residen** tanto en **TITERROY** como en las **barriadas “menores”**.

• **LA DECISIÓN FINAL: ¿SE CONSTRUIRÁ O NO EL CENTRO COMERCIAL DE VALTERRA?**

Sobre el “**desenlace final**” la muestra encuestada tiene las siguientes **percepciones**:

- <b>SEGURO QUE SE CONSTRUIRÁ.....</b>	<b>13'3%</b>
- <b>PROBABLEMENTE SE CONSTRUIRÁ.....</b>	<b>61'2%</b>
- Probablemente no se construirá.....	11'5%
- Seguro que no se construirá.....	0'8%
- No se definen.....	13'2%

**Puntualización media (de 1 a 4): 3'0 - Balance: + 62'2**

Con independencia de las **actitudes a favor** o **en contra** que suscita el proyecto; con independencia, también, de **a quiénes beneficia** y **a quiénes perjudica**; incluso, más allá, de la **autoridad que ha de dar el visto bueno al proyecto**,...; las **creencias** sobre si **irá o no adelante** son **CLARAS**, por **unánimes** y **contundentes**:

**3 de cada 4** encuestados creen que el **gran centro comercial de Valterra SERÁ**, finalmente, **CONSTRUIDO**; **discrepa** de esta opinión, **tan solo el 12%** de la población. **El 13% restante no se ha manifestado al respecto.**

Veamos los **rasgos predominantes** en cada uno de los **tres “grupos de opinión”** configurados:

- **CREEN QUE SE “CONSTRUIRÁ”**

(Recordemos que este grupo es **“mayoritario”**, perteneciendo a él un **74’5%** de la muestra encuestada)

- **Hombres y mujeres**, indistintamente.
- **Tienen de 35 a 54 años**.
- **Se reparten por todas las barriadas**, aunque los residentes tanto en **TITERROY**, como en las **barriadas “menores”** tienen mayores dudas sobre ello.

- **CREEN QUE “NO SE CONSTRUIRÁ”**

(Recordemos que este grupo es **“minoritario”**, perteneciendo a él un **12’3%** de la muestra encuestada)

- **Hombres y mujeres**, indistintamente.
- **Tienen**, sobre todo, **de 55 a 64 años**, aunque los **más jóvenes** también **participan** de esta **creencia**.
- **Residen en VALTERRA, TITERROY y barriadas “menores”**.

- **NO SABEN -NO SE ATREVEN A VATICINAR- SI SE CONSTRUIRÁ O NO**

(Esta **duda** la tienen el **13’2%** de los entrevistados)

- **Hombres y mujeres**, indistintamente.
- **Integrantes de la “tercera edad”**.
- **Residen en LA VEGA, TITERROY y barriadas “menores”**.

■ IV.- OTROS ANEXOS

DISKETTE CONTENIENDO LAS TABLAS ESTADÍSTICAS EN “EXCEL”

DISKETTE CONTENIENDO LA SÍNTESIS GRÁFICA DE PRINCIPALES RESULTADOS EN  
“POWERPOINT”