



ANEXO C

ESTRUCTURA COMERCIAL DETALLADA DEL SISTEMA NODAL DE REFERENCIA COMERCIAL POR PROVINCIAS



GENERALITAT VALENCIANA

CONSELLERIA D'ECONOMIA SOSTENIBLE, SECTORS PRODUCTIUS, COMERÇ I TREBALL

Índice de tablas del anexo

1. Provincia de Alicante	5
1.1. Cabecera Área Comercial Alicante.	5
1.2. Cabecera Área Comercial Elx.	7
1.3. Cabecera Área Comercial Torrevieja.	9
1.4. Cabecera Área Comercial Orihuela.	11
1.5. Cabecera Área Comercial Benidorm.	13
1.6. Cabecera Área Comercial Alcoy.	15
1.7. Cabecera Área Comercial Elda.	17
1.8. Cabecera Área Comercial Denia.	19
1.9. Cabecera Área Comercial Petrer.	21
1.10. Subcabecera Área Comercial Villena.	23
1.11. Subcabecera Área Comercial Jávea.	25
1.12. Subcabecera Área Comercial Calp.	27
1.13. Nodos turísticos litorales Santa Pola.	29
1.14. Nodos turísticos litorales Villajoyosa.	31
1.15. Nodos turísticos litorales El Campello.	33
1.16. Nodos turísticos litorales Altea.	35
1.17. Nodos turísticos litorales Pilar de la Horadada.	37
1.18. Nodos turísticos litorales San Joan d'Alacant.	39
1.19. Nodos turísticos litorales Alfàs del Pi.	41
1.20. Nodos turísticos litorales Guardamar del Segura.	43
1.21. Nodos turísticos litorales Teulada.	45
1.22. Nodos turísticos litorales Benissa.	47
1.23. Nodos turísticos litorales Finestrat.	49
1.24. Nodos turísticos litorales Pedreguer.	51
1.25. Nodos turísticos litorales Benitachell.	53
1.26. Nodos comerciales intermedios Crevillent.	55
1.27. Nodos comerciales intermedios Novelda.	57
1.28. Nodos comerciales intermedios Ibi.	59
1.29. Nodos comerciales intermedios Almoradi.	61
1.30. Nodos comerciales intermedios Monovar.	63
1.31. Nodos comerciales intermedios Cocentaina.	65
1.32. Nodos comerciales intermedios Pego.	67
1.33. Nodos comerciales intermedios Muro Alcoy.	69
1.34. Nodos basados en GEC San Vicente del Raspeig.	71
1.35. Nodos basados en GEC Ondara.	73

2. Provincia de Castellón		75
2.1.	Cabecera comercial. Vinaròs.	75
2.2.	Cabecera comercial. Benicarló.	77
2.3.	Cabecera comercial. Castellón de la Plana.	79
2.4.	Subcabecera comercial. Vall d'Uixo.	81
2.5.	Subcabecera comercial. Vila-real.	83
2.6.	Subcabecera comercial. Onda.	85
2.7.	Subcabecera comercial. Segorbe.	87
2.8.	Nodos turísticos litorales. Alcalà de Xivert.	89
2.9.	Nodos turísticos litorales. Peñíscola.	91
2.10.	Nodos turísticos litorales. Moncofa.	93
2.11.	Nodos turísticos litorales. Torreblanca.	95
2.12.	Nodos de interior. Morella.	97
2.13.	Nodos de interior. Sant Mateu.	99
2.14.	Nodos de interior. Albocasser.	101
2.15.	Nodos de interior. Villafranca del Cid.	103
2.16.	Nodos turísticos litorales. Benicassim.	105
2.17.	Nodos turísticos litorales. Oropesa del Mar.	107
2.18.	Nodos comerciales intermedios. Almassora.	109
2.19.	Nodos comerciales intermedios. Borriana.	111

3. Província de València		113
3.1.	Cabecera comercial. Sagunto.	113
3.2.	Cabecera comercial. Alzira.	115
3.3.	Cabecera comercial. Gandia.	117
3.4.	Cabecera comercial. Ontinyent.	119
3.5.	Cabecera comercial. Requena.	121
3.6.	Cabecera comercial. Valencia.	123
3.7.	Cabecera comercial. Xàtiva.	125
3.8.	Subcabecera Área Comercial. Algemesi.	127
3.9.	Subcabecera Área Comercial. Llíria.	129
3.10.	Subcabecera Área Comercial. Sueca.	131
3.11.	Subcabecera Área Comercial. Utiel.	133
3.12.	Nodos comerciales intermedios. Alaquas.	135
3.13.	Nodos comerciales intermedios. Benetusser.	137
3.14.	Nodos comerciales intermedios. Buñol.	139
3.15.	Nodos comerciales intermedios. Catarroja.	141
3.16.	Nodos comerciales intermedios. Manises.	143
3.17.	Nodos comerciales intermedios. Mislata.	145
3.18.	Nodos comerciales intermedios. Quart de Poblet.	147
3.19.	Nodos comerciales intermedios. Torrent.	149
3.20.	Nodos comerciales intermedios. Carcaixent.	151
3.21.	Nodos comerciales intermedios. Oliva.	153
3.22.	Nodos basados en GEC. Alboraya.	155
3.23.	Nodos basados en GEC. Aldaia.	157
3.24.	Nodos basados en GEC. Alfafar.	159
3.25.	Nodos basados en GEC. Burjassot.	161
3.26.	Nodos basados en GEC. Eliana (l').	163
3.27.	Nodos basados en GEC. Paterna.	165
3.28.	Nodos basados en GEC. Xirivella.	167
3.29.	Nodos basados en GEC. Massalfassar.	169
3.30.	Nodos basados en GEC. Sedavi.	171
3.31.	Nodos basados en GEC. Alqueria de la Comtessa.	173
3.32.	Nodos de interior. Ademuz.	175
3.33.	Nodos de interior. Ayora.	177
3.34.	Nodos de interior. Chelva.	179
3.35.	Nodos turísticos litorales. Cullera.	181
3.36.	Nodos turísticos litorales. Poble de Farnals (La).	183
3.37.	Nodos turísticos litorales. Tavernes de la Valldigna.	185
3.38.	Nodos turísticos litorales. Xeraco.	187
3.39.	Nodos turísticos litorales. Canet d'En Berenguer.	189

1. Provincia de Alicante

1.1. Cabecera Área Comercial Alicante/Elx. Ciudad de Alicant.

1.1.1. Estructura comercial. Alicant.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	1.654	41,2	56.188	13,2	34	4,9	168
Equipamiento personal	761	19,0	58.233	13,7	77	2,3	174
Equipamiento del hogar	580	14,4	63.602	14,9	110	1,7	190
Otro comercio al por menor	896	22,3	62.393	14,6	70	2,7	186
Ocio y cultura	340	8,5	18.976	4,5	56	1,0	57
Tecnología	118	2,9	7.437	1,7	63	0,4	22
Otros productos ocasionales	438	10,9	35.980	8,4	82	1,3	108
Medianas superficies especializadas	30	0,7	39.036	9,2	1.301	0,1	117
... en Moda	15	0,4	16.519	3,9	1.101	0,0	49
... en Equipamiento del hogar	6	0,1	11.147	2,6	1.858	0,0	33
... en Ocio y Cultura	8	0,2	9.336	2,2	1.167	0,0	28
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,0	2.034	0,5	2.034	0,0	6
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	5	0,1	23.911	5,6	4.782	0,0	71
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	3	0,1	15.602	3,7	5.201	0,0	47
... en Ocio y Cultura	2	0,0	8.309	1,9	4.155	0,0	25
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	88	2,2	122.776	28,8	1.395	0,3	367
Autoservicios (40-120 m ²)	8	0,2	703	0,2	88	0,0	2
Superservicios (121-399 m ²)	11	0,3	2.715	0,6	247	0,0	8
Supermercados (400-2.500 m ²)	45	1,1	39.880	9,4	886	0,1	119
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	3	0,1	27.591	6,5	9.197	0,0	82
Autoservicios de descuento	15	0,4	8.941	2,1	596	0,0	27
Tiendas de conveniencia	3	0,1	1.200	0,3	400	0,0	4
Grandes almacenes	3	0,1	41.746	9,8	13.915	0,0	125
Total	4.014	100	426.137	100	106	12,0	1.273

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.1.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alicant.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	1.625	45,5	53.363	26,2	0	0,0	0	0,0	29	9,7	2.825	1,7	1.654	41,2	56.188	13,2
Equipamiento personal	645	18,1	40.858	20,1	0	0,0	0	0,0	116	38,8	17.375	10,4	761	19,0	58.233	13,7
Equipamiento del hogar	549	15,4	56.051	27,5	0	0,0	0	0,0	31	10,4	7.551	4,5	580	14,4	63.602	14,9
Otro comercio al por menor	730	20,5	49.897	24,5	84	57,1	5.452	9,8	82	27,4	7.043	4,2	896	22,3	62.393	14,6
Ocio y cultura	319	8,9	16.291	8,0	4	2,7	446	0,8	17	5,7	2.238	1,3	340	8,5	18.976	4,5
Tecnología	9	0,3	432	0,2	80	54,4	5.006	9,0	29	9,7	1.999	1,2	118	2,9	7.437	1,7
Otros productos ocasionales	402	11,3	33.174	16,3	0	0,0	0	0,0	36	12,0	2.806	1,7	438	10,9	35.980	8,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	30	10,0	39.036	23,4	30	0,7	39.036	9,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	15	5,0	16.519	9,9	15	0,4	16.519	3,9
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	2,0	11.147	6,7	6	0,1	11.147	2,6
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	2,7	9.336	5,6	8	0,2	9.336	2,2
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3	2.034	1,2	1	0,0	2.034	0,5
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	1,7	23.911	14,3	5	0,1	23.911	5,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	1,0	15.602	9,3	3	0,1	15.602	3,7
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,7	8.309	5,0	2	0,0	8.309	1,9
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	19	0,5	3.418	1,7	63	42,9	50.021	90,2	6	2,0	69.337	41,5	88	2,2	122.776	28,8
Autoservicios (40-120 m ²)	8	0,2	703	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	0,2	703	0,2
Superservicios (121-399 m ²)	11	0,3	2.715	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	0,3	2.715	0,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	45	30,6	39.880	71,9	0	0,0	0	0,0	45	1,1	39.880	9,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	1,0	27.591	16,5	3	0,1	27.591	6,5
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	15	10,2	8.941	16,1	0	0,0	0	0,0	15	0,4	8.941	2,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	3	2,0	1.200	2,2	0	0,0	0	0,0	3	0,1	1.200	0,3
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	1,0	41.746	25,0	3	0,1	41.746	9,8
Total	3.568	100	203.586	100	147	100	55.473	100	299	100	167.078	100	4.014	100	426.137	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.2. Cabecera Área Comercial Alicante/Elx. Ciudad de Elx.

i

1.2.1. Estructura comercial. Elx.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	1.027	36,4	39.360	12,5	38	4,5	171
Equipamiento personal	674	23,9	50.465	16,0	75	2,9	219
Equipamiento del hogar	405	14,4	48.559	15,4	120	1,8	211
Otro comercio al por menor	605	21,4	42.814	13,6	71	2,6	186
Ocio y cultura	213	7,5	13.387	4,2	63	0,9	58
Tecnología	87	3,1	5.374	1,7	62	0,4	23
Otros productos ocasionales	305	10,8	24.052	7,6	79	1,3	104
Medianas superficies especializadas	16	0,6	19.953	6,3	1.247	0,1	87
... en Moda	6	0,2	6.646	2,1	1.108	0,0	29
... en Equipamiento del hogar	6	0,2	8.461	2,7	1.410	0,0	37
... en Ocio y Cultura	3	0,1	4.046	1,3	1.349	0,0	18
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,0	800	0,3	800	0,0	3
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	2	0,1	11.955	3,8	5.978	0,0	52
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,1	11.955	3,8	5.978	0,0	52
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	93	3,3	102.262	32,4	1.100	0,4	443
Autoservicios (40-120 m ²)	10	0,4	990	0,3	99	0,0	4
Superservicios (121-399 m ²)	23	0,8	6.154	2,0	268	0,1	27
Supermercados (400-2.500 m ²)	38	1,3	29.288	9,3	771	0,2	127
Maxisuper (+2.500 m ²)	2	0,1	4.200	1,3	2.100	0,0	18
Hipermercados	3	0,1	31.238	9,9	10.413	0,0	135
Autoservicios de descuento	15	0,5	6.942	2,2	463	0,1	30
Tiendas de conveniencia	1	0,0	450	0,1	450	0,0	2
Grandes almacenes	1	0,0	23.000	7,3	23.000	0,0	100
Total	2.822	100	315.368	100	111,8	12,2	1.367,7

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.2.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Elx.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	1.004	39,2	37.234	22,4	0	0,0	0	0,0	23	15,2	2.126	2,0	1.027	36,4	39.360	12,5
Equipamiento personal	621	24,2	40.503	24,3	0	0,0	0	0,0	53	35,1	9.962	9,2	674	23,9	50.465	16,0
Equipamiento del hogar	393	15,3	45.830	27,5	0	0,0	0	0,0	12	7,9	2.729	2,5	405	14,4	48.559	15,4
Otro comercio al por menor	512	20,0	35.874	21,5	54	50,0	3.672	9,1	39	25,8	3.268	3,0	605	21,4	42.814	13,6
Ocio y cultura	202	7,9	12.048	7,2	5	4,6	348	0,9	6	4,0	991	0,9	213	7,5	13.387	4,2
Tecnología	16	0,6	829	0,5	49	45,4	3.324	8,2	22	14,6	1.221	1,1	87	3,1	5.374	1,7
Otros productos ocasionales	294	11,5	22.997	13,8	0	0,0	0	0,0	11	7,3	1.056	1,0	305	10,8	24.052	7,6
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	16	10,6	19.953	18,4	16	0,6	19.953	6,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	4,0	6.646	6,1	6	0,2	6.646	2,1
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	4,0	8.461	7,8	6	0,2	8.461	2,7
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	2,0	4.046	3,7	3	0,1	4.046	1,3
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,7	800	0,7	1	0,0	800	0,3
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,3	11.955	11,0	2	0,1	11.955	3,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,3	11.955	11,0	2	0,1	11.955	3,8
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	33	1,3	7.144	4,3	54	50,0	36.680	90,9	6	4,0	58.438	53,9	93	3,3	102.262	32,4
Autoservicios (40-120 m ²)	10	0,4	990	0,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	0,4	990	0,3
Superservicios (121-399 m ²)	23	0,9	6.154	3,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	23	0,8	6.154	2,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	38	35,2	29.288	72,6	0	0,0	0	0,0	38	1,3	29.288	9,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,3	4.200	3,9	2	0,1	4.200	1,3
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	2,0	31.238	28,8	3	0,1	31.238	9,9
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	15	13,9	6.942	17,2	0	0,0	0	0,0	15	0,5	6.942	2,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	0,9	450	1,1	0	0,0	0	0,0	1	0,0	450	0,1
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,7	23.000	21,2	1	0,0	23.000	7,3
Total	2.563	100	166.586	100	108	100	40.352	100	151	100	108.431	100	2.822	100	315.368	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.3. Cabecera Área Comercial Vega Baja. Ciudad de Torrevieja.

1.3.1. Estructura comercial. Torrevieja.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	205	19,1	10.638	6,2	52	2,0	103
Equipamiento personal	297	27,7	25.043	14,6	84	2,9	241
Equipamiento del hogar	194	18,1	29.462	17,2	152	1,9	284
Otro comercio al por menor	319	29,7	25.057	14,6	79	3,1	242
Ocio y cultura	102	9,5	8.013	4,7	79	1,0	77
Tecnología	38	3,5	1.591	0,9	42	0,4	15
Otros productos ocasionales	179	16,7	15.453	9,0	86	1,7	149
Medianas superficies especializadas	25	2,3	32.694	19,1	1.308	0,2	315
... en Moda	2	0,2	2.567	1,5	1.284	0,0	25
... en Equipamiento del hogar	11	1,0	15.498	9,0	1.409	0,1	149
... en Ocio y Cultura	2	0,2	2.780	1,6	1.390	0,0	27
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	10	0,9	11.849	6,9	1.185	0,1	114
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	3	0,3	10.500	6,1	3.500	0,0	101
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	3	0,3	10.500	6,1	3.500	0,0	101
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	31	2,9	37.936	22,1	1.224	0,3	366
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,2	194	0,1	97	0,0	2
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,4	1.200	0,7	300	0,0	12
Supermercados (400-2.500 m ²)	18	1,7	19.553	11,4	1.086	0,2	189
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,1	11.665	6,8	11.665	0,0	112
Autoservicios de descuento	6	0,6	5.324	3,1	887	0,1	51
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	1.074	100	171.329	100	160	10,4	1.652

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.3.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Torrevieja.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	199	22,0	9.547	13,0	0	0,0	0	0,0	6	5,0	1.091	1,5	205	19,1	10.638	6,2
Equipamiento personal	251	27,8	17.858	24,2	0	0,0	0	0,0	46	38,3	7.185	10,0	297	27,7	25.043	14,6
Equipamiento del hogar	186	20,6	25.836	35,0	0	0,0	0	0,0	8	6,7	3.626	5,1	194	18,1	29.462	17,2
Otro comercio al por menor	261	28,9	19.080	25,9	27	52,9	1.100	4,2	31	25,8	4.877	6,8	319	29,7	25.057	14,6
Ocio y cultura	90	10,0	5.544	7,5	1	2,0	27	0,1	11	9,2	2.442	3,4	102	9,5	8.013	4,7
Tecnología	6	0,7	176	0,2	26	51,0	1.073	4,1	6	5,0	342	0,5	38	3,5	1.591	0,9
Otros productos ocasionales	165	18,3	13.360	18,1	0	0,0	0	0,0	14	11,7	2.093	2,9	179	16,7	15.453	9,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	25	20,8	32.694	45,6	25	2,3	32.694	19,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,7	2.567	3,6	2	0,2	2.567	1,5
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	9,2	15.498	21,6	11	1,0	15.498	9,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,7	2.780	3,9	2	0,2	2.780	1,6
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	8,3	11.849	16,5	10	0,9	11.849	6,9
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	2,5	10.500	14,7	3	0,3	10.500	6,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	2,5	10.500	14,7	3	0,3	10.500	6,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	0,7	1.394	1,9	24	47,1	24.877	95,8	1	0,8	11.665	16,3	31	2,9	37.936	22,1
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,2	194	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,2	194	0,1
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,4	1.200	1,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,4	1.200	0,7
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	18	35,3	19.553	75,3	0	0,0	0	0,0	18	1,7	19.553	11,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,8	11.665	16,3	1	0,1	11.665	6,8
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	6	11,8	5.324	20,5	0	0,0	0	0,0	6	0,6	5.324	3,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	903	100	73.715	100	51	100	25.977	100	120	100	71.638	100	1.074	100	171.329	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.4. Cabecera Área Comercial Vega Baja. Ciudad de Orihuela.

1.4.1. Estructura comercial. Orihuela.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	337	33,3	13.800	11,5	41	3,7	153
Equipamiento personal	223	22,1	16.145	13,4	72	2,5	179
Equipamiento del hogar	172	17,0	16.997	14,1	99	1,9	189
Otro comercio al por menor	239	23,6	15.717	13,1	66	2,7	174
Ocio y cultura	79	7,8	4.658	3,9	59	0,9	52
Tecnología	26	2,6	1.159	1,0	45	0,3	13
Otros productos ocasionales	134	13,3	9.900	8,2	74	1,5	110
Medianas superficies especializadas	8	0,8	11.298	9,4	1.412	0,1	125
... en Moda	2	0,2	2.794	2,3	1.397	0,0	31
... en Equipamiento del hogar	3	0,3	5.428	4,5	1.809	0,0	60
... en Ocio y Cultura	3	0,3	3.076	2,6	1.025	0,0	34
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,1	4.764	4,0	4.764	0,0	53
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,1	4.764	4,0	4.764	0,0	53
Comercio mixto al por menor, por secciones	31	3,1	41.619	34,6	1.343	0,3	462
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,2	168	0,1	84	0,0	2
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,4	980	0,8	245	0,0	11
Supermercados (400-2.500 m ²)	13	1,3	17.928	14,9	1.379	0,1	199
Maxisuper (+2.500 m ²)	2	0,2	8.223	6,8	4.112	0,0	91
Hipermercados	1	0,1	9.000	7,5	9.000	0,0	100
Autoservicios de descuento	9	0,9	5.320	4,4	591	0,1	59
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	1.011	100	120.339	100	119	11,2	1.336

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.4.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Orihuela.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	331	36,7	13.170	23,6	0	0,0	0	0,0	6	9,0	630	1,6	337	33,3	13.800	11,5
Equipamiento personal	195	21,6	11.420	20,4	0	0,0	0	0,0	28	41,8	4.725	11,7	223	22,1	16.145	13,4
Equipamiento del hogar	167	18,5	16.619	29,7	0	0,0	0	0,0	5	7,5	378	0,9	172	17,0	16.997	14,1
Otro comercio al por menor	204	22,6	13.526	24,2	19	46,3	837	3,5	16	23,9	1.354	3,4	239	23,6	15.717	13,1
Ocio y cultura	75	8,3	4.375	7,8	3	7,3	182	0,8	1	1,5	100	0,2	79	7,8	4.658	3,9
Tecnología	3	0,3	161	0,3	16	39,0	655	2,7	7	10,4	343	0,8	26	2,6	1.159	1,0
Otros productos ocasionales	126	14,0	8.989	16,1	0	0,0	0	0,0	8	11,9	911	2,3	134	13,3	9.900	8,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	11,9	11.298	28,0	8	0,8	11.298	9,4
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	3,0	2.794	6,9	2	0,2	2.794	2,3
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	4,5	5.428	13,4	3	0,3	5.428	4,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	4,5	3.076	7,6	3	0,3	3.076	2,6
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,5	4.764	11,8	1	0,1	4.764	4,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,5	4.764	11,8	1	0,1	4.764	4,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	0,7	1.148	2,1	22	53,7	23.248	96,5	3	4,5	17.223	42,7	31	3,1	41.619	34,6
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,2	168	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,2	168	0,1
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,4	980	1,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,4	980	0,8
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	13	31,7	17.928	74,4	0	0,0	0	0,0	13	1,3	17.928	14,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	3,0	8.223	20,4	2	0,2	8.223	6,8
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,5	9.000	22,3	1	0,1	9.000	7,5
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	9	22,0	5.320	22,1	0	0,0	0	0,0	9	0,9	5.320	4,4
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	903	100	55.882	100	41	100	24.085	100	67	100	40.372	100	1.011	100	120.339	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.5. Cabecera Área Comercial La Marina Baixa. Ciudad de Benidorm.

1.5.1. Estructura comercial. Benidorm.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	288	19,6	13.597	11,2	47	3,9	186
Equipamiento personal	453	30,8	29.198	24,1	64	6,2	400
Equipamiento del hogar	168	11,4	16.065	13,2	96	2,3	220
Otro comercio al por menor	532	36,2	34.789	28,7	65	7,3	477
Ocio y cultura	92	6,3	5.580	4,6	61	1,3	76
Tecnología	61	4,1	2.844	2,3	47	0,8	39
Otros productos ocasionales	379	25,8	26.365	21,7	70	5,2	361
Medianas superficies especializadas	3	0,2	3.400	2,8	1.133	0,0	47
... en Moda	2	0,1	2.500	2,1	1.250	0,0	34
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	1	0,1	900	0,7	900	0,0	12
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,1	3.743	3,1	3.743	0,0	51
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,1	3.743	3,1	3.743	0,0	51
Comercio mixto al por menor, por secciones	25	1,7	20.477	16,9	819	0,3	281
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,1	160	0,1	80	0,0	2
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,1	440	0,4	220	0,0	6
Supermercados (400-2.500 m ²)	17	1,2	14.564	12,0	857	0,2	200
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,1	3.018	2,5	3.018	0,0	41
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,1	1.845	1,5	923	0,0	25
Tiendas de conveniencia	1	0,1	450	0,4	450	0,0	6
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	1.470	100	121.268	100	82	20,1	1.661

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.5.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Benidorm.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	281	21,0	13.184	15,3	0	0,0	0	0,0	7	11,5	413	2,6	288	19,6	13.597	11,2
Equipamiento personal	435	32,4	27.304	31,6	0	0,0	0	0,0	18	29,5	1.894	11,9	453	30,8	29.198	24,1
Equipamiento del hogar	163	12,2	14.920	17,3	0	0,0	0	0,0	5	8,2	1.145	7,2	168	11,4	16.065	13,2
Otro comercio al por menor	458	34,2	30.292	35,1	48	70,6	2.163	11,4	26	42,6	2.334	14,6	532	36,2	34.789	28,7
Ocio y cultura	76	5,7	3.998	4,6	9	13,2	444	2,3	7	11,5	1.138	7,1	92	6,3	5.580	4,6
Tecnología	9	0,7	549	0,6	39	57,4	1.719	9,0	13	21,3	576	3,6	61	4,1	2.844	2,3
Otros productos ocasionales	373	27,8	25.745	29,8	0	0,0	0	0,0	6	9,8	620	3,9	379	25,8	26.365	21,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	4,9	3.400	21,3	3	0,2	3.400	2,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	3,3	2.500	15,7	2	0,1	2.500	2,1
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,6	900	5,6	1	0,1	900	0,7
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,6	3.743	23,5	1	0,1	3.743	3,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,6	3.743	23,5	1	0,1	3.743	3,1
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	0,3	600	0,7	20	29,4	16.859	88,6	1	1,6	3.018	18,9	25	1,7	20.477	16,9
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,1	160	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,1	160	0,1
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,1	440	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,1	440	0,4
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	17	25,0	14.564	76,6	0	0,0	0	0,0	17	1,2	14.564	12,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,6	3.018	18,9	1	0,1	3.018	2,5
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	2,9	1.845	9,7	0	0,0	0	0,0	2	0,1	1.845	1,5
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	1,5	450	2,4	0	0,0	0	0,0	1	0,1	450	0,4
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	1.341	100	86.299	100	68	100	19.022	100	61	100	15.947	100	1.470	100	121.268	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.6. Cabecera Área Comercial Alcoi. Ciudad de Alcoi.

1.6.1. Estructura comercial. Alcoi.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	283	33,1	8.647	9,9	31	4,7	142
Equipamiento personal	192	22,5	15.036	17,3	78	3,2	247
Equipamiento del hogar	136	15,9	17.430	20,0	128	2,2	286
Otro comercio al por menor	218	25,5	16.089	18,5	74	3,6	264
Ocio y cultura	79	9,3	5.788	6,6	73	1,3	95
Tecnología	54	6,3	2.926	3,4	54	0,9	48
Otros productos ocasionales	85	10,0	7.376	8,5	87	1,4	121
Medianas superficies especializadas	7	0,8	7.201	8,3	1.029	0,1	118
... en Moda	3	0,4	2.901	3,3	967	0,0	48
... en Equipamiento del hogar	2	0,2	1.800	2,1	900	0,0	30
... en Ocio y Cultura	1	0,1	700	0,8	700	0,0	12
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,1	1.800	2,1	1.800	0,0	30
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	18	2,1	22.634	26,0	1.257	0,3	372
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,1	150	0,2	150	0,0	2
Supermercados (400-2.500 m ²)	13	1,5	15.171	17,4	1.167	0,2	249
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,1	6.133	7,0	6.133	0,0	101
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	0,4	1.180	1,4	393	0,0	19
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	854	100	87.036	100	102	14,0	1.431

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.6.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alcoi.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	275	38,5	7.857	16,7	0	0,0	0	0,0	8	8,7	790	3,6	283	33,1	8.647	9,9
Equipamiento personal	164	22,9	11.773	25,1	0	0,0	0	0,0	28	30,4	3.263	14,8	192	22,5	15.036	17,3
Equipamiento del hogar	132	18,5	16.748	35,7	0	0,0	0	0,0	4	4,3	682	3,1	136	15,9	17.430	20,0
Otro comercio al por menor	143	20,0	10.381	22,1	31	66,0	1.686	9,3	44	47,8	4.022	18,2	218	25,5	16.089	18,5
Ocio y cultura	60	8,4	3.566	7,6	5	10,6	442	2,5	14	15,2	1.780	8,1	79	9,3	5.788	6,6
Tecnología	5	0,7	190	0,4	26	55,3	1.244	6,9	23	25,0	1.492	6,8	54	6,3	2.926	3,4
Otros productos ocasionales	78	10,9	6.626	14,1	0	0,0	0	0,0	7	7,6	750	3,4	85	10,0	7.376	8,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	7,6	7.201	32,6	7	0,8	7.201	8,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	3,3	2.901	13,1	3	0,4	2.901	3,3
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	2,2	1.800	8,1	2	0,2	1.800	2,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,1	700	3,2	1	0,1	700	0,8
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,1	1.800	8,1	1	0,1	1.800	2,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,1	150	0,3	16	34,0	16.351	90,7	1	1,1	6.133	27,8	18	2,1	22.634	26,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,1	150	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	150	0,2
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	13	27,7	15.171	84,1	0	0,0	0	0,0	13	1,5	15.171	17,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,1	6.133	27,8	1	0,1	6.133	7,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	6,4	1.180	6,5	0	0,0	0	0,0	3	0,4	1.180	1,4
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	715	100	46.909	100	47	100	18.037	100	92	100	22.091	100	854	100	87.036	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.7. Cabecera Área Comercial El Vinalopó. Ciudad de Elda.

1.7.1. Estructura comercial. Elda.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	349	38,1	13.672	19,1	39	6,4	251
Equipamiento personal	184	20,1	11.358	15,9	62	3,4	208
Equipamiento del hogar	168	18,4	16.834	23,5	100	3,1	309
Otro comercio al por menor	192	21,0	14.528	20,3	76	3,5	266
Ocio y cultura	74	8,1	5.194	7,2	70	1,4	95
Tecnología	27	3,0	1.440	2,0	53	0,5	26
Otros productos ocasionales	91	9,9	7.894	11,0	87	1,7	145
Medianas superficies especializadas	5	0,5	6.964	9,7	1.393	0,1	128
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	3	0,3	5.427	7,6	1.809	0,1	100
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,2	1.537	2,1	769	0,0	28
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	17	1,9	8.290	11,6	488	0,3	152
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	6	0,7	1.070	1,5	178	0,1	20
Supermercados (400-2.500 m ²)	8	0,9	5.968	8,3	746	0,1	109
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	0,3	1.252	1,7	417	0,1	23
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	915	100	71.645	100	78	16,8	1.314

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.7.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Elda.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	339	39,8	12.160	22,8	0	0,0	0	0,0	10	32,3	1.512	15,3	349	38,1	13.672	19,1
Equipamiento personal	179	21,0	10.987	20,6	0	0,0	0	0,0	5	16,1	371	3,7	184	20,1	11.358	15,9
Equipamiento del hogar	165	19,4	16.594	31,1	0	0,0	0	0,0	3	9,7	240	2,4	168	18,4	16.834	23,5
Otro comercio al por menor	163	19,1	12.470	23,4	21	65,6	1.232	14,6	8	25,8	826	8,3	192	21,0	14.528	20,3
Ocio y cultura	69	8,1	4.704	8,8	1	3,1	60	0,7	4	12,9	430	4,3	74	8,1	5.194	7,2
Tecnología	4	0,5	122	0,2	20	62,5	1.172	13,9	3	9,7	146	1,5	27	3,0	1.440	2,0
Otros productos ocasionales	90	10,6	7.644	14,3		0,0	0	0,0	1	3,2	250	2,5	91	9,9	7.894	11,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	16,1	6.964	70,3	5	0,5	6.964	9,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	9,7	5.427	54,7	3	0,3	5.427	7,6
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,5	1.537	15,5	2	0,2	1.537	2,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	0,7	1.070	2,0	11	34,4	7.220	85,4	0	0,0	0	0,0	17	1,9	8.290	11,6
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	6	0,7	1.070	2,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	0,7	1.070	1,5
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	8	25,0	5.968	70,6	0	0,0	0	0,0	8	0,9	5.968	8,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	9,4	1.252	14,8	0	0,0	0	0,0	3	0,3	1.252	1,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	852	100	53.280	100	32	100	8.452	100	31	100	9.913	100	915	100	71.645	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.8. Cabecera Área Comercial La Marina Alta. Ciudad de Denia.

1.8.1. Estructura comercial. Denia.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	120	22,6	3.919	5,2	33	2,7	88
Equipamiento personal	145	27,4	8.900	11,9	61	3,3	200
Equipamiento del hogar	111	20,9	12.963	17,3	117	2,5	292
Otro comercio al por menor	125	23,6	9.214	12,3	74	2,8	207
Ocio y cultura	47	8,9	3.256	4,3	69	1,1	73
Tecnología	21	4,0	1.119	1,5	53	0,5	25
Otros productos ocasionales	57	10,8	4.839	6,4	85	1,3	109
Medianas superficies especializadas	7	1,3	5.721	7,6	817	0,2	129
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,4	1.410	1,9	705	0,0	32
... en Ocio y Cultura	2	0,4	1.561	2,1	781	0,0	35
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	0,6	2.750	3,7	917	0,1	62
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	2	0,4	10.751	14,3	5.376	0,0	242
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	2.751	3,7	2.751	0,0	62
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	8.000	10,7	8.000	0,0	180
Comercio mixto al por menor, por secciones	20	3,8	23.597	31,4	1.180	0,4	531
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	12	2,3	14.284	19,0	1.190	0,3	321
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,2	4.964	6,6	4.964	0,0	112
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	5	0,9	3.599	4,8	720	0,1	81
Tiendas de conveniencia	2	0,4	750	1,0	375	0,0	17
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	530	100	75.065	100	142	11,9	1.689

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.8.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Denia.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	118	25,5	3.531	11,2	0	0,0	0	0,0	2	6,9	388	1,6	120	22,6	3.919	5,2
Equipamiento personal	135	29,2	8.037	25,6	0	0,0	0	0,0	10	34,5	863	3,6	145	27,4	8.900	11,9
Equipamiento del hogar	109	23,5	12.538	39,9	0	0,0	0	0,0	2	6,9	425	1,8	111	20,9	12.963	17,3
Otro comercio al por menor	101	21,8	7.334	23,3	19	50,0	1.244	6,3	5	17,2	636	2,7	125	23,6	9.214	12,3
Ocio y cultura	42	9,1	2.576	8,2	4	10,5	330	1,7	1	3,4	350	1,5	47	8,9	3.256	4,3
Tecnología	4	0,9	127	0,4	15	39,5	914	4,6	2	6,9	78	0,3	21	4,0	1.119	1,5
Otros productos ocasionales	55	11,9	4.631	14,7	0	0,0	0	0,0	2	6,9	208	0,9	57	10,8	4.839	6,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	24,1	5.721	24,1	7	1,3	5.721	7,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,9	1.410	5,9	2	0,4	1.410	1,9
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,9	1.561	6,6	2	0,4	1.561	2,1
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	10,3	2.750	11,6	3	0,6	2.750	3,7
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,9	10.751	45,3	2	0,4	10.751	14,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,4	2.751	11,6	1	0,2	2.751	3,7
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,4	8.000	33,7	1	0,2	8.000	10,7
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	19	50,0	18.633	93,7	1	3,4	4.964	20,9	20	3,8	23.597	31,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	12	31,6	14.284	71,9	0	0,0	0	0,0	12	2,3	14.284	19,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,4	4.964	20,9	1	0,2	4.964	6,6
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	5	13,2	3.599	18,1	0	0,0	0	0,0	5	0,9	3.599	4,8
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	2	5,3	750	3,8	0	0,0	0	0,0	2	0,4	750	1,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	463	100	31.440	100	38	100	19.877	100	29	100	23.748	100	530	100	75.065	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.9. Cabecera Área Comercial El Vinalopó. Ciudad de Petrer.

1.9.1. Estructura comercial. Petrer.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	185	38,0	7.295	12,4	39	5,3	210
Equipamiento personal	100	20,5	7.512	12,8	75	2,9	217
Equipamiento del hogar	65	13,3	10.142	17,3	156	1,9	292
Otro comercio al por menor	119	24,4	8.407	14,3	71	3,4	242
Ocio y cultura	39	8,0	2.761	4,7	71	1,1	80
Tecnología	22	4,5	1.308	2,2	59	0,6	38
Otros productos ocasionales	58	11,9	4.338	7,4	75	1,7	125
Medianas superficies especializadas	3	0,6	3.413	5,8	1.138	0,1	98
... en Moda	1	0,2	1.013	1,7	1.013	0,0	29
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,4	2.400	4,1	1.200	0,1	69
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	15	3,1	21.953	37,4	1.464	0,4	633
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	80	0,1	80	0,0	2
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	370	0,6	185	0,1	11
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	1,0	5.363	9,1	1.073	0,1	155
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,2	2.500	4,3	2.500	0,0	72
Hipermercados	1	0,2	9.737	16,6	9.737	0,0	281
Autoservicios de descuento	5	1,0	3.903	6,6	781	0,1	112
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	487	100	58.721	100	121	14,0	1.692

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.9.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Petrer.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	174	42,1	6.824	24,3	0	0,0	0	0,0	11	20,4	471	2,3	185	38,0	7.295	12,4
Equipamiento personal	83	20,1	5.210	18,5	0	0,0	0	0,0	17	31,5	2.302	11,2	100	20,5	7.512	12,8
Equipamiento del hogar	61	14,8	9.490	33,7	0	0,0	0	0,0	4	7,4	652	3,2	65	13,3	10.142	17,3
Otro comercio al por menor	92	22,3	6.161	21,9	10	50,0	813	8,1	17	31,5	1.433	7,0	119	24,4	8.407	14,3
Ocio y cultura	35	8,5	1.929	6,9	0	0,0	0	0,0	4	7,4	832	4,1	39	8,0	2.761	4,7
Tecnología	2	0,5	85	0,3	10	50,0	813	8,1	10	18,5	410	2,0	22	4,5	1.308	2,2
Otros productos ocasionales	55	13,3	4.147	14,7	0	0,0	0	0,0	3	5,6	191	0,9	58	11,9	4.338	7,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	5,6	3.413	16,6	3	0,6	3.413	5,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,9	1.013	4,9	1	0,2	1.013	1,7
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	3,7	2.400	11,7	2	0,4	2.400	4,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	0,7	450	1,6	10	50,0	9.266	91,9	2	3,7	12.237	59,7	15	3,1	21.953	37,4
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	80	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	80	0,1
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,5	370	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4	370	0,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	25,0	0	53,2	0	0,0	0	0,0	5	1,0	5.363	9,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,9	2.500	12,2	1	0,2	2.500	4,3
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,9	9.737	47,5	1	0,2	9.737	16,6
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	5	25,0	3.903	38,7	0	0,0	0	0,0	5	1,0	3.903	6,6
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	413	100	28.134	100	20	100	10.079	100	54	100	20.508	100	487	100	58.721	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.10. Subcabecera Área Comercial El Vinalopó. Ciudad de Villena.

1.10.1. Estructura comercial. Villena.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	253	32,9	9.371	14,6	37	7,3	269
Equipamiento personal	183	23,8	12.266	19,1	67	5,2	352
Equipamiento del hogar	150	19,5	18.143	28,2	121	4,3	520
Otro comercio al por menor	159	20,7	9.449	14,7	59	4,6	271
Ocio y cultura	56	7,3	2.888	4,5	52	1,6	83
Tecnología	24	3,1	976	1,5	41	0,7	28
Otros productos ocasionales	79	10,3	5.585	8,7	71	2,3	160
Medianas superficies especializadas	3	0,4	2.691	4,2	897	0,1	77
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,1	705	1,1	705	0,0	20
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,3	1.986	3,1	993	0,1	57
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,1	4.000	6,2	4.000	0,0	115
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,1	4.000	6,2	4.000	0,0	115
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	20	2,6	8.437	13,1	422	0,6	242
Autoservicios (40-120 m ²)	9	1,2	746	1,2	83	0,3	21
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,5	745	1,2	186	0,1	21
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	0,8	5.715	8,9	953	0,2	164
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,1	1.231	1,9	1.231	0,0	35
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	769	100	64.357	100	84	22,0	1.844

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.10.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Villena.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	247	34,6	8.546	18,1	0	0,0	0	0,0	6	19,4	825	8,7	253	32,9	9.371	14,6
Equipamiento personal	177	24,8	11.566	24,5	0	0,0	0	0,0	6	19,4	700	7,3	183	23,8	12.266	19,1
Equipamiento del hogar	147	20,6	17.506	37,1	0	0,0	0	0,0	3	9,7	637	6,7	150	19,5	18.143	28,2
Otro comercio al por menor	130	18,2	8.124	17,2	17	70,8	647	8,5	12	38,7	679	7,1	159	20,7	9.449	14,7
Ocio y cultura	51	7,1	2.623	5,6	3	12,5	132	1,7	2	6,5	133	1,4	56	7,3	2.888	4,5
Tecnología	2	0,3	57	0,1	14	58,3	515	6,8	8	25,8	404	4,2	24	3,1	976	1,5
Otros productos ocasionales	77	10,8	5.444	11,5	0	0,0	0	0,0	2	6,5	142	1,5	79	10,3	5.585	8,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	9,7	2.691	28,2	3	0,4	2.691	4,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,2	705	7,4	1	0,1	705	1,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,5	1.986	20,8	2	0,3	1.986	3,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,2	4.000	42,0	1	0,1	4.000	6,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,2	4.000	42,0	1	0,1	4.000	6,2
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	13	1,8	1.491	3,2	7	29,2	6.946	91,5	0	0,0	0	0,0	20	2,6	8.437	13,1
Autoservicios (40-120 m ²)	9	1,3	746	1,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	9	1,2	746	1,2
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,6	745	1,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,5	745	1,2
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	25,0	5.715	75,3	0	0,0	0	0,0	6	0,8	5.715	8,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	4,2	1.231	16,2	0	0,0	0	0,0	1	0,1	1.231	1,9
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	714	100	47.233	100	24	100	7.593	100	31	100	9.532	100	769	100	64.357	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.11. Subcabecera Área Comercial La Marina Alta. Ciudad de Jávea.

1.11.1. Estructura comercial. Jávea.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	146	23,8	6.612	10,4	45	4,4	200
Equipamiento personal	129	21,0	7.288	11,4	56	3,9	221
Equipamiento del hogar	189	30,8	21.996	34,5	116	5,7	667
Otro comercio al por menor	133	21,7	10.195	16,0	77	4,0	309
Ocio y cultura	48	7,8	3.148	4,9	66	1,5	95
Tecnología	18	2,9	883	1,4	49	0,5	27
Otros productos ocasionales	67	10,9	6.164	9,7	92	2,0	187
Medianas superficies especializadas	5	0,8	6.789	10,7	1.358	0,2	206
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	3	0,5	3.514	5,5	1.171	0,1	107
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,3	3.275	5,1	1.638	0,1	99
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	12	2,0	10.785	16,9	899	0,4	327
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	9	1,5	8.418	13,2	935	0,3	255
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	0,5	2.367	3,7	789	0,1	72
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	614	100	63.665	100	104	18,6	1.930

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.11.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Jávea.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	143	25,4	6.454	14,7	0	0,0	0	0,0	3	12,0	158	1,9	146	23,8	6.612	10,4
Equipamiento personal	126	22,3	7.114	16,2	0	0,0	0	0,0	3	12,0	174	2,1	129	21,0	7.288	11,4
Equipamiento del hogar	186	33,0	21.696	49,6	0	0,0	0	0,0	3	12,0	300	3,5	189	30,8	21.996	34,5
Otro comercio al por menor	109	19,3	8.520	19,5	13	52,0	623	5,5	11	44,0	1.052	12,4	133	21,7	10.195	16,0
Ocio y cultura	44	7,8	2.703	6,2	0	0,0	0	0,0	4	16,0	445	5,3	48	7,8	3.148	4,9
Tecnología	1	0,2	50	0,1	13	52,0	623	5,5	4	16,0	210	2,5	18	2,9	883	1,4
Otros productos ocasionales	64	11,3	5.767	13,2	0	0,0	0	0,0	3	12,0	397	4,7	67	10,9	6.164	9,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	20,0	6.789	80,1	5	0,8	6.789	10,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	12,0	3.514	41,5	3	0,5	3.514	5,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	8,0	3.275	38,7	2	0,3	3.275	5,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	12	48,0	10.785	94,5	0	0,0	0	0,0	12	2,0	10.785	16,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	9	36,0	8.418	73,8	0	0,0	0	0,0	9	1,5	8.418	13,2
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	12,0	2.367	20,7	0	0,0	0	0,0	3	0,5	2.367	3,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	564	100	43.784	100	25	100	11.408	100	25	100	8.473	100	614	100	63.665	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.12. Subcabecera Área Comercial La Marina Baixa. Ciudad de Calp.

1.12.1. Estructura comercial. Calp.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	93	23,2	5.414	9,8	58	3,1	183
Equipamiento personal	91	22,7	6.021	10,9	66	3,1	204
Equipamiento del hogar	102	25,4	12.903	23,3	127	3,5	437
Otro comercio al por menor	94	23,4	8.059	14,5	86	3,2	273
Ocio y cultura	35	8,7	2.737	4,9	78	1,2	93
Tecnología	18	4,5	1.071	1,9	60	0,6	36
Otros productos ocasionales	41	10,2	4.250	7,7	104	1,4	144
Medianas superficies especializadas	6	1,5	6.341	11,4	1.057	0,2	215
... en Moda	1	0,2	600	1,1	600	0,0	20
... en Equipamiento del hogar	2	0,5	3.300	6,0	1.650	0,1	112
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	0,7	2.441	4,4	814	0,1	83
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,2	4.000	7,2	4.000	0,0	135
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	4.000	7,2	4.000	0,0	135
Comercio mixto al por menor, por secciones	14	3,5	12.681	22,9	906	0,5	429
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,5	310	0,6	155	0,1	10
Supermercados (400-2.500 m ²)	7	1,7	8.745	15,8	1.249	0,2	296
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	4	1,0	3.326	6,0	832	0,1	113
Tiendas de conveniencia	1	0,2	300	0,5	300	0,0	10
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	401	100	55.419	100	138	13,6	1.875

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.12.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Calp.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	89	25,4	4.946	17,1	0	0,0	0	0,0	4	17,4	468	3,5	93	23,2	5.414	9,8
Equipamiento personal	88	25,1	5.685	19,7	0	0,0	0	0,0	3	13,0	336	2,5	91	22,7	6.021	10,9
Equipamiento del hogar	98	27,9	11.485	39,8	0	0,0	0	0,0	4	17,4	1.418	10,7	102	25,4	12.903	23,3
Otro comercio al por menor	74	21,1	6.447	22,3	15	55,6	923	6,9	5	21,7	689	5,2	94	23,4	8.059	14,5
Ocio y cultura	32	9,1	2.305	8,0	1	3,7	8	0,1	2	8,7	424	3,2	35	8,7	2.737	4,9
Tecnología	3	0,9	136	0,5	14	51,9	915	6,9	1	4,3	20	0,2	18	4,5	1.071	1,9
Otros productos ocasionales	39	11,1	4.005	13,9	0	0,0	0	0,0	2	8,7	245	1,8	41	10,2	4.250	7,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	26,1	6.341	47,8	6	1,5	6.341	11,4
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,3	600	4,5	1	0,2	600	1,1
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	8,7	3.300	24,9	2	0,5	3.300	6,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	13,0	2.441	18,4	3	0,7	2.441	4,4
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,3	4.000	30,2	1	0,2	4.000	7,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,3	4.000	30,2	1	0,2	4.000	7,2
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,6	310	1,1	12	44,4	12.371	93,1	0	0,0	0	0,0	14	3,5	12.681	22,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,6	310	1,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,5	310	0,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	7	25,9	8.745	65,8	0	0,0	0	0,0	7	1,7	8.745	15,8
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	4	14,8	3.326	25,0	0	0,0	0	0,0	4	1,0	3.326	6,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	3,7	300	2,3	0	0,0	0	0,0	1	0,2	300	0,5
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	351	100	28.873	100	27	100	13.294	100	23	100	13.252	100	401	100	55.419	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.13. Nodos turísticos litorales Santa Pola.

1.13.1. Estructura comercial. Santa Pola.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	148	31,9	5.755	12,1	39	4,4	169
Equipamiento personal	99	21,3	5.965	12,5	60	2,9	176
Equipamiento del hogar	85	18,3	8.631	18,1	102	2,5	254
Otro comercio al por menor	107	23,1	6.816	14,3	64	3,2	201
Ocio y cultura	43	9,3	2.527	5,3	59	1,3	74
Tecnología	12	2,6	689	1,4	57	0,4	20
Otros productos ocasionales	52	11,2	3.600	7,5	69	1,5	106
Medianas superficies especializadas	3	0,6	2.806	5,9	935	0,1	83
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	820	1,7	820	0,0	24
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,4	1.986	4,2	993	0,1	58
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	22	4,7	17.754	37,2	807	0,6	523
Autoservicios (40-120 m ²)	3	0,6	300	0,6	100	0,1	9
Superservicios (121-399 m ²)	5	1,1	1.328	2,8	266	0,1	39
Supermercados (400-2.500 m ²)	9	1,9	9.577	20,1	1.064	0,3	282
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,2	3.464	7,3	3.464	0,0	102
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	4	0,9	3.085	6,5	771	0,1	91
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	464	100	47.727	100	103	13,7	1.405

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.13.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Santa Pola.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	144	33,9	5.324	20,3	0	0,0	0	0,0	4	25,0	431	5,2	148	31,9	5.755	12,1
Equipamiento personal	96	22,6	5.785	22,1	0	0,0	0	0,0	3	18,8	180	2,2	99	21,3	5.965	12,5
Equipamiento del hogar	83	19,5	8.051	30,8	0	0,0	0	0,0	2	12,5	580	6,9	85	18,3	8.631	18,1
Otro comercio al por menor	94	22,1	5.390	20,6	10	43,5	541	4,1	3	18,8	885	10,6	107	23,1	6.816	14,3
Ocio y cultura	42	9,9	2.090	8,0	0	0,0	0	0,0	1	6,3	437	5,2	43	9,3	2.527	5,3
Tecnología	1	0,2	50	0,2	10	43,5	541	4,1	1	6,3	98	1,2	12	2,6	689	1,4
Otros productos ocasionales	51	12,0	3.250	12,4	0	0,0	0	0,0	1	6,3	350	4,2	52	11,2	3.600	7,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	18,8	2.806	33,6	3	0,6	2.806	5,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,3	820	9,8	1	0,2	820	1,7
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	12,5	1.986	23,8	2	0,4	1.986	4,2
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	8	1,9	1.628	6,2	13	56,5	12.662	95,9	1	6,3	3.464	41,5	22	4,7	17.754	37,2
Autoservicios (40-120 m ²)	3	0,7	300	1,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,6	300	0,6
Superservicios (121-399 m ²)	5	1,2	1.328	5,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	1,1	1.328	2,8
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	9	39,1	9.577	72,5	0	0,0	0	0,0	9	1,9	9.577	20,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,3	3.464	41,5	1	0,2	3.464	7,3
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	4	17,4	3.085	23,4	0	0,0	0	0,0	4	0,9	3.085	6,5
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	425	100	26.178	100	23	100	13.203	100	16	100	8.346	100	464	100	47.727	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.14. Nodos turísticos litorales La Vila Joiosa.

1.14.1. Estructura comercial. La Vila Joiosa.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	121	39,4	4.451	14,9	37	3,6	134
Equipamiento personal	45	14,7	2.096	7,0	47	1,4	63
Equipamiento del hogar	59	19,2	4.996	16,8	85	1,8	150
Otro comercio al por menor	67	21,8	4.629	15,5	69	2,0	139
Ocio y cultura	33	10,7	1.954	6,6	59	1,0	59
Tecnología	8	2,6	316	1,1	40	0,2	9
Otros productos ocasionales	26	8,5	2.358	7,9	91	0,8	71
Medianas superficies especializadas	5	1,6	6.203	20,8	1.241	0,2	186
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,3	2.375	8,0	2.375	0,0	71
... en Ocio y Cultura	1	0,3	600	2,0	600	0,0	18
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	1,0	3.228	10,8	1.076	0,1	97
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	10	3,3	7.440	25,0	744	0,3	223
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,7	190	0,6	95	0,1	6
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	7	2,3	6.236	20,9	891	0,2	187
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,3	1.014	3,4	1.014	0,0	30
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	307	100	29.814	100	97	9,2	896

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.14.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. La Vila Joiosa.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	119	41,9	4.166	27,5	0	0,0	0	0,0	2	22,2	285	4,0	121	39,4	4.451	14,9
Equipamiento personal	45	15,8	2.096	13,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	45	14,7	2.096	7,0
Equipamiento del hogar	59	20,8	4.996	33,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	59	19,2	4.996	16,8
Otro comercio al por menor	59	20,8	3.697	24,4	6	42,9	252	3,4	2	22,2	680	9,5	67	21,8	4.629	15,5
Ocio y cultura	30	10,6	1.255	8,3	1	7,1	19	0,3	2	22,2	680	9,5	33	10,7	1.954	6,6
Tecnología	3	1,1	83	0,5	5	35,7	233	3,1	0	0,0	0	0,0	8	2,6	316	1,1
Otros productos ocasionales	26	9,2	2.358	15,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	26	8,5	2.358	7,9
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	55,6	6.203	86,5	5	1,6	6.203	20,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	2.375	33,1	1	0,3	2.375	8,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	600	8,4	1	0,3	600	2,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	33,3	3.228	45,0	3	1,0	3.228	10,8
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,7	190	1,3	8	57,1	7.250	96,6	0	0,0	0	0,0	10	3,3	7.440	25,0
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,7	190	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,7	190	0,6
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	7	50,0	6.236	83,1	0	0,0	0	0,0	7	2,3	6.236	20,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	7,1	1.014	13,5	0	0,0	0	0,0	1	0,3	1.014	3,4
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	284	100	15.144	100	14	100	7.502	100	9	100	7.168	100	307	100	29.814	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.15. Nodos turísticos litorales El Campello.

1.15.1. Estructura comercial. El Campello.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	44	26,8	2.596	10,6	59	1,6	94
Equipamiento personal	36	22,0	2.138	8,7	59	1,3	77
Equipamiento del hogar	27	16,5	2.785	11,4	103	1,0	101
Otro comercio al por menor	39	23,8	3.555	14,5	91	1,4	128
Ocio y cultura	14	8,5	1.076	4,4	77	0,5	39
Tecnología	4	2,4	130	0,5	33	0,1	5
Otros productos ocasionales	21	12,8	2.349	9,6	112	0,8	85
Medianas superficies especializadas	1	0,6	752	3,1	752	0,0	27
... en Moda	1	0,6	752	3,1	752	0,0	27
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	17	10,4	12.619	51,6	742	0,6	455
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,6	100	0,4	100	0,0	4
Superservicios (121-399 m ²)	5	3,0	963	3,9	193	0,2	35
Supermercados (400-2.500 m ²)	8	4,9	9.248	37,8	1.156	0,3	334
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	1,8	2.308	9,4	769	0,1	83
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	164	100	24.445	100	149	5,9	882

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.15.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. El Campello.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	42	29,4	2.296	20,5	0	0,0	0	0,0	2	28,6	300	18,5	44	26,8	2.596	10,6
Equipamiento personal	36	25,2	2.138	19,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	36	22,0	2.138	8,7
Equipamiento del hogar	25	17,5	2.527	22,6	0	0,0	0	0,0	2	28,6	258	15,9	27	16,5	2.785	11,4
Otro comercio al por menor	34	23,8	3.175	28,3	3	21,4	70	0,6	2	28,6	310	19,1	39	23,8	3.555	14,5
Ocio y cultura	14	9,8	1.076	9,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	14	8,5	1.076	4,4
Tecnología	0	0,0	0	0,0	3	21,4	70	0,6	1	14,3	60	3,7	4	2,4	130	0,5
Otros productos ocasionales	20	14,0	2.099	18,7	0	0,0	0	0,0	1	14,3	250	15,4	21	12,8	2.349	9,6
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	752	46,4	1	0,6	752	3,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	752	46,4	1	0,6	752	3,1
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	4,2	1.063	9,5	11	78,6	11.556	99,4	0	0,0	0	0,0	17	10,4	12.619	51,6
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,7	100	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,6	100	0,4
Superservicios (121-399 m ²)	5	3,5	963	8,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	3,0	963	3,9
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	8	57,1	9.248	79,5	0	0,0	0	0,0	8	4,9	9.248	37,8
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	21,4	2.308	19,9	0	0,0	0	0,0	3	1,8	2.308	9,4
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	143	100	11.199	100	14	100	11.626	100	7	100	1.620	100	164	100	24.445	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.16. Nodos turísticos litorales Altea.

1.16.1. Estructura comercial. Altea.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	140	26,1	5.993	11,3	43	5,8	247
Equipamiento personal	120	22,3	7.792	14,7	65	4,9	321
Equipamiento del hogar	148	27,6	18.815	35,5	127	6,1	774
Otro comercio al por menor	115	21,4	9.511	17,9	83	4,7	391
Ocio y cultura	41	7,6	3.266	6,2	80	1,7	134
Tecnología	15	2,8	622	1,2	41	0,6	26
Otros productos ocasionales	59	11,0	5.623	10,6	95	2,4	231
Medianas superficies especializadas	4	0,7	3.656	6,9	914	0,2	150
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	1.250	2,4	1.250	0,0	51
... en Ocio y Cultura	1	0,2	828	1,6	828	0,0	34
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,4	1.578	3,0	789	0,1	65
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	10	1,9	7.263	13,7	726	0,4	299
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	470	0,9	235	0,1	19
Supermercados (400-2.500 m ²)	8	1,5	6.793	12,8	849	0,3	280
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	537	100	53.030	100	99	22,1	2.183

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.16.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Altea.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	137	27,5	5.649	14,1	0	0,0	0	0,0	3	16,7	344	6,3	140	26,1	5.993	11,3
Equipamiento personal	116	23,2	7.535	18,8	0	0,0	0	0,0	4	22,2	257	4,7	120	22,3	7.792	14,7
Equipamiento del hogar	146	29,3	18.425	45,9	0	0,0	0	0,0	2	11,1	390	7,1	148	27,6	18.815	35,5
Otro comercio al por menor	98	19,6	8.045	20,1	12	60,0	618	8,3	5	27,8	848	15,4	115	21,4	9.511	17,9
Ocio y cultura	37	7,4	2.597	6,5	2	10,0	169	2,3	2	11,1	500	9,1	41	7,6	3.266	6,2
Tecnología	4	0,8	135	0,3	10	50,0	449	6,1	1	5,6	38	0,7	15	2,8	622	1,2
Otros productos ocasionales	57	11,4	5.313	13,2	0	0,0	0	0,0	2	11,1	310	5,6	59	11,0	5.623	10,6
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	22,2	3.656	66,5	4	0,7	3.656	6,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,6	1.250	22,7	1	0,2	1.250	2,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,6	828	15,1	1	0,2	828	1,6
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	11,1	1.578	28,7	2	0,4	1.578	3,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,4	470	1,2	8	40,0	6.793	91,7	0	0,0	0	0,0	10	1,9	7.263	13,7
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	470	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4	470	0,9
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	8	40,0	6.793	91,7	0	0,0	0	0,0	8	1,5	6.793	12,8
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	499	100	40.124	100	20	100	7.411	100	18	100	5.495	100	537	100	53.030	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.17. Nodos turísticos litorales Pilar de la Horadada.

1.17.1. Estructura comercial. Pilar de la Horadada.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	58	43,9	3.253	15,4	56	2,5	139
Equipamiento personal	18	13,6	657	3,1	37	0,8	28
Equipamiento del hogar	19	14,4	2.732	12,9	144	0,8	117
Otro comercio al por menor	25	18,9	2.215	10,5	89	1,1	95
Ocio y cultura	5	3,8	325	1,5	65	0,2	14
Tecnología	4	3,0	152	0,7	38	0,2	6
Otros productos ocasionales	16	12,1	1.738	8,2	109	0,7	74
Medianas superficies especializadas	4	3,0	3.962	18,7	991	0,2	169
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,8	700	3,3	700	0,0	30
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	2,3	3.262	15,4	1.087	0,1	139
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	8	6,1	8.337	39,4	1.042	0,3	356
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	7	5,3	7.337	34,7	1.048	0,3	314
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,8	1.000	4,7	1.000	0,0	43
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	132	100	21.156	100	160	5,6	904

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.17.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Pilar de la Horadada.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	57	49,6	2.991	35,4	0	0,0	0	0,0	1	20,0	262	6,2	58	43,9	3.253	15,4
Equipamiento personal	18	15,7	657	7,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	18	13,6	657	3,1
Equipamiento del hogar	19	16,5	2.732	32,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	19	14,4	2.732	12,9
Otro comercio al por menor	21	18,3	2.063	24,4	4	33,3	152	1,8	0	0,0	0	0,0	25	18,9	2.215	10,5
Ocio y cultura	5	4,3	325	3,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	3,8	325	1,5
Tecnología	0	0,0	0	0,0	4	33,3	152	1,8	0	0,0	0	0,0	4	3,0	152	0,7
Otros productos ocasionales	16	13,9	1.738	20,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	16	12,1	1.738	8,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	80,0	3.962	93,8	4	3,0	3.962	18,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	20,0	700	16,6	1	0,8	700	3,3
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	60,0	3.262	77,2	3	2,3	3.262	15,4
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	8	66,7	8.337	98,2	0	0,0	0	0,0	8	6,1	8.337	39,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	7	58,3	7.337	86,4	0	0,0	0	0,0	7	5,3	7.337	34,7
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	8,3	1.000	11,8	0	0,0	0	0,0	1	0,8	1.000	4,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	115	100	8.443	100	12	100	8.489	100	5	100	4.224	100	132	100	21.156	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.18. Nodos turísticos litorales San Joan d'Alacant.

1.18.1. Estructura comercial. San Joan d'Alacant.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	51	26,8	2.420	4,6	47	0,2	7
Equipamiento personal	30	15,8	1.791	3,4	60	0,1	5
Equipamiento del hogar	39	20,5	7.116	13,4	182	0,1	21
Otro comercio al por menor	49	25,8	4.516	8,5	92	0,1	13
Ocio y cultura	20	10,5	2.414	4,6	121	0,1	7
Tecnología	12	6,3	475	0,9	40	0,0	1
Otros productos ocasionales	17	8,9	1.627	3,1	96	0,1	5
Medianas superficies especializadas	6	3,2	7.995	15,1	1.333	0,0	24
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	4	2,1	5.302	10,0	1.326	0,0	16
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	1,1	2.693	5,1	1.347	0,0	8
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,5	2.800	5,3	2.800	0,0	8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	1	0,5	2.800	5,3	2.800	0,0	8
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	14	7,4	26.280	49,7	1.877	0,0	79
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,5	123	0,2	123	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	8	4,2	8.164	15,4	1.021	0,0	24
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,5	2.500	4,7	2.500	0,0	7
Hipermercados	1	0,5	12.793	24,2	12.793	0,0	38
Autoservicios de descuento	3	1,6	2.700	5,1	900	0,0	8
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	190	100	52.918	100	279	0,6	158

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.18.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. San Joan d'Alacant.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	46	34,3	2.059	18,4	0	0,0	0	0,0	5	12,8	361	1,2	51	26,8	2.420	4,6
Equipamiento personal	28	20,9	1.713	15,4	0	0,0	0	0,0	2	5,1	78	0,3	30	15,8	1.791	3,4
Equipamiento del hogar	30	22,4	4.651	41,7	0	0,0	0	0,0	9	23,1	2.466	8,1	39	20,5	7.116	13,4
Otro comercio al por menor	29	21,6	2.614	23,4	6	35,3	308	2,8	14	35,9	1.594	5,2	49	25,8	4.516	8,5
Ocio y cultura	15	11,2	1.221	10,9	0	0,0	0	0,0	5	12,8	1.193	3,9	20	10,5	2.414	4,6
Tecnología	1	0,7	44	0,4	6	35,3	308	2,8	5	12,8	123	0,4	12	6,3	475	0,9
Otros productos ocasionales	13	9,7	1.349	12,1	0	0,0	0	0,0	4	10,3	278	0,9	17	8,9	1.627	3,1
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	15,4	7.995	26,1	6	3,2	7.995	15,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	10,3	5.302	17,3	4	2,1	5.302	10,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	5,1	2.693	8,8	2	1,1	2.693	5,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,6	2.800	9,2	1	0,5	2.800	5,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,6	2.800	9,2	1	0,5	2.800	5,3
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,7	123	1,1	11	64,7	10.864	97,2	2	5,1	15.293	50,0	14	7,4	26.280	49,7
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,7	123	1,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	123	0,2
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	8	47,1	8.164	73,1	0	0,0	0	0,0	8	4,2	8.164	15,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,6	2.500	8,2	1	0,5	2.500	4,7
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,6	12.793	41,8	1	0,5	12.793	24,2
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	17,6	2.700	24,2	0	0,0	0	0,0	3	1,6	2.700	5,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	134	100	11.159	100	17	100	11.172	100	39	100	30.587	100	190	100	52.918	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.19. Nodos turísticos litorales Alfás del Pi.

1.19.1. Estructura comercial. Alfás del Pi.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	95	24,2	5.225	10,7	55	4,3	238
Equipamiento personal	62	15,8	4.231	8,7	68	2,8	193
Equipamiento del hogar	120	30,5	16.762	34,4	140	5,5	763
Otro comercio al por menor	106	27,0	8.118	16,7	77	4,8	370
Ocio y cultura	30	7,6	1.930	4,0	64	1,4	88
Tecnología	18	4,6	1.168	2,4	65	0,8	53
Otros productos ocasionales	58	14,8	5.020	10,3	87	2,6	229
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	2	0,5	6.600	13,6	3.300	0,1	300
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,3	4.000	8,2	4.000	0,0	182
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,3	2.600	5,3	2.600	0,0	118
Comercio mixto al por menor, por secciones	8	2,0	7.768	15,9	971	0,4	354
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	7	1,8	7.018	14,4	1.003	0,3	320
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,3	750	1,5	750	0,0	34
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	393	100	48.704	100	124	17,9	2.217

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.19.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alfas del Pi.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	93	25,7	5.003	15,4	0	0,0	0	0,0	2	25,0	222	2,9	95	24,2	5.225	10,7
Equipamiento personal	62	17,1	4.231	13,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	62	15,8	4.231	8,7
Equipamiento del hogar	119	32,9	16.346	50,5	0	0,0	0	0,0	1	12,5	416	5,4	120	30,5	16.762	34,4
Otro comercio al por menor	88	24,3	6.812	21,0	15	65,2	897	10,3	3	37,5	409	5,3	106	27,0	8.118	16,7
Ocio y cultura	27	7,5	1.703	5,3	2	8,7	167	1,9	1	12,5	60	0,8	30	7,6	1.930	4,0
Tecnología	3	0,8	89	0,3	13	56,5	730	8,4	2	25,0	349	4,6	18	4,6	1.168	2,4
Otros productos ocasionales	58	16,0	5.020	15,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	58	14,8	5.020	10,3
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	25,0	6.600	86,3	2	0,5	6.600	13,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	12,5	4.000	52,3	1	0,3	4.000	8,2
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	12,5	2.600	34,0	1	0,3	2.600	5,3
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	8	34,8	7.768	89,7	0	0,0	0	0,0	8	2,0	7.768	15,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	7	30,4	7.018	81,0	0	0,0	0	0,0	7	1,8	7.018	14,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	4,3	750	8,7	0	0,0	0	0,0	1	0,3	750	1,5
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	362	100	32.393	100	23	100	8.665	100	8	100	7.647	100	393	100	48.704	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.20. Nodos turísticos litorales Guardamar del Segura.

1.20.1. Estructura comercial. Guardamar del Segura.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	62	34,1	2.728	11,5	44	3,6	159
Equipamiento personal	37	20,3	2.208	9,3	60	2,2	129
Equipamiento del hogar	36	19,8	4.130	17,4	115	2,1	241
Otro comercio al por menor	38	20,9	3.066	12,9	81	2,2	179
Ocio y cultura	14	7,7	959	4,0	69	0,8	56
Tecnología	5	2,7	168	0,7	34	0,3	10
Otros productos ocasionales	19	10,4	1.938	8,1	102	1,1	113
Medianas superficies especializadas	2	1,1	2.050	8,6	1.025	0,1	120
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,5	1.100	4,6	1.100	0,1	64
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,5	950	4,0	950	0,1	55
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,5	4.850	20,4	4.850	0,1	283
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,5	4.850	20,4	4.850	0,1	283
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	3,3	4.763	20,0	794	0,4	278
Autoservicios (40-120 m ²)	2	1,1	200	0,8	100	0,1	12
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	1,6	3.563	15,0	1.188	0,2	208
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,5	1.000	4,2	1.000	0,1	58
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	182	100	23.795	100	131	10,6	1.388

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.20.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Guardamar del Segura.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	62	36,9	2.728	24,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	62	34,1	2.728	11,5
Equipamiento personal	36	21,4	2.117	19,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	91	1,1	37	20,3	2.208	9,3
Equipamiento del hogar	36	21,4	4.130	37,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	36	19,8	4.130	17,4
Otro comercio al por menor	32	19,0	1.992	17,8	3	42,9	133	2,8	3	42,9	941	11,9	38	20,9	3.066	12,9
Ocio y cultura	13	7,7	499	4,5	0	0,0	0	0,0	1	14,3	460	5,8	14	7,7	959	4,0
Tecnología	2	1,2	35	0,3	3	42,9	133	2,8	0	0,0	0	0,0	5	2,7	168	0,7
Otros productos ocasionales	17	10,1	1.457	13,0	0	0,0	0	0,0	2	28,6	481	6,1	19	10,4	1.938	8,1
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	28,6	2.050	25,8	2	1,1	2.050	8,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	1.100	13,9	1	0,5	1.100	4,6
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	950	12,0	1	0,5	950	4,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	4.850	61,1	1	0,5	4.850	20,4
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	4.850	61,1	1	0,5	4.850	20,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	1,2	200	1,8	4	57,1	4.563	97,2	0	0,0	0	0,0	6	3,3	4.763	20,0
Autoservicios (40-120 m ²)	2	1,2	200	1,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,1	200	0,8
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	42,9	3.563	75,9	0	0,0	0	0,0	3	1,6	3.563	15,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	14,3	1.000	21,3	0	0,0	0	0,0	1	0,5	1.000	4,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	168	100	11.167	100	7	100	4.696	100	7	100	7.932	100	182	100	23.795	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.21. Nodos turísticos litorales Teulada.

1.21.1. Estructura comercial. Teulada.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	65	23,1	2.258	5,8	35	4,5	155
Equipamiento personal	51	18,1	2.780	7,1	55	3,5	191
Equipamiento del hogar	95	33,8	11.863	30,5	125	6,5	814
Otro comercio al por menor	57	20,3	4.012	10,3	70	3,9	275
Ocio y cultura	18	6,4	1.069	2,7	59	1,2	73
Tecnología	5	1,8	126	0,3	25	0,3	9
Otros productos ocasionales	34	12,1	2.817	7,2	83	2,3	193
Medianas superficies especializadas	3	1,1	4.075	10,5	1.358	0,2	280
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,4	1.145	2,9	1.145	0,1	79
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,7	2.930	7,5	1.465	0,1	201
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,4	8.000	20,6	8.000	0,1	549
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,4	8.000	20,6	8.000	0,1	549
Comercio mixto al por menor, por secciones	9	3,2	5.914	15,2	657	0,6	406
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,4	90	0,2	90	0,1	6
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,4	200	0,5	200	0,1	14
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	1,8	3.974	10,2	795	0,3	273
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,4	1.200	3,1	1.200	0,1	82
Tiendas de conveniencia	1	0,4	450	1,2	450	0,1	31
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	281	100	38.901	100	138	19,3	2.668

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.21.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Teulada.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	61	23,6	2.002	10,0	0	0,0	0	0,0	4	33,3	256	1,9	65	23,1	2.258	5,8
Equipamiento personal	51	19,7	2.780	13,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	51	18,1	2.780	7,1
Equipamiento del hogar	93	35,9	11.193	56,0	0	0,0	0	0,0	2	16,7	670	5,1	95	33,8	11.863	30,5
Otro comercio al por menor	52	20,1	3.720	18,6	3	30,0	86	1,5	2	16,7	206	1,6	57	20,3	4.012	10,3
Ocio y cultura	18	6,9	1.069	5,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	18	6,4	1.069	2,7
Tecnología	1	0,4	14	0,1	3	30,0	86	1,5	1	8,3	26	0,2	5	1,8	126	0,3
Otros productos ocasionales	33	12,7	2.637	13,2	0	0,0	0	0,0	1	8,3	180	1,4	34	12,1	2.817	7,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	25,0	4.075	30,9	3	1,1	4.075	10,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	8,3	1.145	8,7	1	0,4	1.145	2,9
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	16,7	2.930	22,2	2	0,7	2.930	7,5
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	8,3	8.000	60,6	1	0,4	8.000	20,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	8,3	8.000	60,6	1	0,4	8.000	20,6
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,8	290	1,5	7	70,0	5.624	98,5	0	0,0	0	0,0	9	3,2	5.914	15,2
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,4	90	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4	90	0,2
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,4	200	1,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4	200	0,5
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	50,0	3.974	69,6	0	0,0	0	0,0	5	1,8	3.974	10,2
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	10,0	1.200	21,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4	1.200	3,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	10,0	450	7,9	0	0,0	0	0,0	1	0,4	450	1,2
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	259	100	19.984	100	10	100	5.710	100	12	100	13.207	100	281	100	38.901	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.22. Nodos turísticos litorales Benissa.

1.22.1. Estructura comercial. Benissa.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	45	24,6	2.094	7,3	47	3,3	152
Equipamiento personal	30	16,4	1.864	6,5	62	2,2	135
Equipamiento del hogar	48	26,2	6.430	22,3	134	3,5	466
Otro comercio al por menor	50	27,3	3.454	12,0	69	3,6	250
Ocio y cultura	21	11,5	996	3,5	47	1,5	72
Tecnología	8	4,4	433	1,5	54	0,6	31
Otros productos ocasionales	21	11,5	2.025	7,0	96	1,5	147
Medianas superficies especializadas	3	1,6	4.737	16,5	1.579	0,2	343
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	1,6	4.737	16,5	1.579	0,2	343
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,5	3.150	10,9	3.150	0,1	228
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,5	3.150	10,9	3.150	0,1	228
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	3,3	7.044	24,5	1.174	0,4	510
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	2,7	6.044	21,0	1.209	0,4	438
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,5	1.000	3,5	1.000	0,1	72
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	183	100	28.772	100	157	13,3	2.084

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.22.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Benissa.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	43	26,7	1.959	15,0	0	0,0	0	0,0	2	25,0	135	1,6	45	24,6	2.094	7,3
Equipamiento personal	30	18,6	1.864	14,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	30	16,4	1.864	6,5
Equipamiento del hogar	47	29,2	6.210	47,7	0	0,0	0	0,0	1	12,5	220	2,7	48	26,2	6.430	22,3
Otro comercio al por menor	41	25,5	2.989	23,0	8	57,1	420	5,6	1	12,5	45	0,5	50	27,3	3.454	12,0
Ocio y cultura	20	12,4	964	7,4	1	7,1	32	0,4	0	0,0	0	0,0	21	11,5	996	3,5
Tecnología	0	0,0	0	0,0	7	50,0	388	5,2	1	12,5	45	0,5	8	4,4	433	1,5
Otros productos ocasionales	21	13,0	2.025	15,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	21	11,5	2.025	7,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	37,5	4.737	57,2	3	1,6	4.737	16,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	37,5	4.737	57,2	3	1,6	4.737	16,5
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	12,5	3.150	38,0	1	0,5	3.150	10,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	12,5	3.150	38,0	1	0,5	3.150	10,9
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	6	42,9	7.044	94,4	0	0,0	0	0,0	6	3,3	7.044	24,5
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	35,7	6.044	81,0	0	0,0	0	0,0	5	2,7	6.044	21,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	7,1	1.000	13,4	0	0,0	0	0,0	1	0,5	1.000	3,5
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	161	100	13.021	100	14	100	7.464	100	8	100	8.287	100	183	100	28.772	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.23. Nodos turísticos litorales Finestrat.

1.23.1. Estructura comercial. Finestrat.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	14	12,6	907	2,2	65	2,0	131
Equipamiento personal	39	35,1	6.987	17,2	179	5,6	1.008
Equipamiento del hogar	12	10,8	2.210	5,4	184	1,7	319
Otro comercio al por menor	30	27,0	2.816	6,9	94	4,3	406
Ocio y cultura	6	5,4	828	2,0	138	0,9	119
Tecnología	10	9,0	450	1,1	45	1,4	65
Otros productos ocasionales	14	12,6	1.538	3,8	110	2,0	222
Medianas superficies especializadas	11	9,9	13.845	34,1	1.259	1,6	1.997
... en Moda	5	4,5	6.962	17,2	1.392	0,7	1.004
... en Equipamiento del hogar	4	3,6	4.558	11,2	1.140	0,6	658
... en Ocio y Cultura	2	1,8	2.325	5,7	1.163	0,3	335
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	5	4,5	13.805	34,0	2.761	0,7	1.991
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,9	140	0,3	140	0,1	20
Supermercados (400-2.500 m ²)	1	0,9	1.200	3,0	1.200	0,1	173
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,9	11.265	27,8	11.265	0,1	1.625
Autoservicios de descuento	1	0,9	750	1,8	750	0,1	108
Tiendas de conveniencia	1	0,9	450	1,1	450	0,1	65
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	111	100	40.570	100	365	16,0	5.853

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.23.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Finestrat.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	12	57,1	379	35,3	0	0,0	0	0,0	2	2,5	528	1,4	14	12,6	907	2,2
Equipamiento personal	4	19,0	324	30,1	0	0,0	0	0,0	35	43,8	6.663	17,4	39	35,1	6.987	17,2
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	8	80,0	1.069	93,0	4	5,0	1.141	3,0	12	10,8	2.210	5,4
Otro comercio al por menor	4	19,0	232	21,6	2	20,0	81	7,0	24	30,0	2.503	6,5	30	27,0	2.816	6,9
Ocio y cultura	1	4,8	16	1,5	0	0,0	0	0,0	5	6,3	812	2,1	6	5,4	828	2,0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	1	10,0	40	3,5	9	11,3	410	1,1	10	9,0	450	1,1
Otros productos ocasionales	3	14,3	216	20,1	1	10,0	41	3,6	10	12,5	1.281	3,3	14	12,6	1.538	3,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	13,8	13.845	36,1	11	9,9	13.845	34,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	6,3	6.962	18,2	5	4,5	6.962	17,2
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	5,0	4.558	11,9	4	3,6	4.558	11,2
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	2,5	2.325	6,1	2	1,8	2.325	5,7
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	4,8	140	13,0	0	0,0	0	0,0	4	5,0	13.665	35,6	5	4,5	13.805	34,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	4,8	140	13,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,9	140	0,3
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,3	1.200	3,1	1	0,9	1.200	3,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,3	11.265	29,4	1	0,9	11.265	27,8
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,3	750	2,0	1	0,9	750	1,8
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,3	450	1,2	1	0,9	450	1,1
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	21	100	1.075	100	10	100	1.150	100	80	100	38.345	100	111	100	40.570	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.24. Nodos turísticos litorales Pedreguer.

1.24.1. Estructura comercial. Pedreguer.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	26	32,1	822	7,2	32	3,4	106
Equipamiento personal	10	12,3	367	3,2	37	1,3	47
Equipamiento del hogar	23	28,4	3.700	32,6	161	3,0	477
Otro comercio al por menor	17	21,0	657	5,8	39	2,2	85
Ocio y cultura	8	9,9	315	2,8	39	1,0	41
Tecnología	1	1,2	22	0,2	22	0,1	3
Otros productos ocasionales	8	9,9	320	2,8	40	1,0	41
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	1,2	3.000	26,4	3.000	0,1	387
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	1,2	3.000	26,4	3.000	0,1	387
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	4,9	2.800	24,7	700	0,5	361
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	1,2	300	2,6	300	0,1	39
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	3,7	2.500	22,0	833	0,4	323
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	81	100	11.346	100	140	10,5	1.464

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.24.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Pedreguer.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	26	34,2	822	14,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	26	32,1	822	7,2
Equipamiento personal	10	13,2	367	6,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	12,3	367	3,2
Equipamiento del hogar	23	30,3	3.700	64,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	23	28,4	3.700	32,6
Otro comercio al por menor	16	21,1	597	10,3	0	0,0	0	0,0	1	50,0	60	2,0	17	21,0	657	5,8
Ocio y cultura	7	9,2	255	4,4	0	0,0	0	0,0	1	50,0	60	2,0	8	9,9	315	2,8
Tecnología	1	1,3	22	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,2	22	0,2
Otros productos ocasionales	8	10,5	320	5,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	9,9	320	2,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	3.000	98,0	1	1,2	3.000	26,4
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	3.000	98,0	1	1,2	3.000	26,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	1,3	300	5,2	3	100	2.500	100	0	0,0	0	0,0	4	4,9	2.800	24,7
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	1,3	300	5,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,2	300	2,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	100	2.500	100	0	0,0	0	0,0	3	3,7	2.500	22,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	76	100	5.786	100	3	100	2.500	100	2	100	3.060	100	81	100	11.346	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.25. Nodos turísticos litorales Benitachell.

1.25.1. Estructura comercial. Benitachell.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	16	45,7	667	7,6	42	2,8	117
Equipamiento personal	2	5,7	120	1,4	60	0,4	21
Equipamiento del hogar	6	17,1	1.323	15,1	221	1,1	232
Otro comercio al por menor	5	14,3	375	4,3	75	0,9	66
Ocio y cultura	1	2,9	50	0,6	50	0,2	9
Tecnología	1	2,9	43	0,5	43	0,2	8
Otros productos ocasionales	3	8,6	282	3,2	94	0,5	49
Medianas superficies especializadas	1	2,9	1.250	14,2	1.250	0,2	219
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	2,9	1.250	14,2	1.250	0,2	219
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	5	14,3	5.050	57,5	1.010	0,9	886
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	2,9	290	3,3	290	0,2	51
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	8,6	3.560	40,5	1.187	0,5	625
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	2,9	1.200	13,7	1.200	0,2	211
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	35	100	8.785	100	251	6,1	1.542

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.25.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Benitachell.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	15	53,6	543	20,8	0	0,0	0	0,0	1	50,0	124	9,0	16	45,7	667	7,6
Equipamiento personal	2	7,1	120	4,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	5,7	120	1,4
Equipamiento del hogar	6	21,4	1.323	50,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	17,1	1.323	15,1
Otro comercio al por menor	4	14,3	332	12,7	1	20,0	43	0,9	0	0,0	0	0,0	5	14,3	375	4,3
Ocio y cultura	1	3,6	50	1,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,9	50	0,6
Tecnología	0	0,0	0	0,0	1	20,0	43	0,9	0	0,0	0	0,0	1	2,9	43	0,5
Otros productos ocasionales	3	10,7	282	10,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	8,6	282	3,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1.250	91,0	1	2,9	1.250	14,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1.250	91,0	1	2,9	1.250	14,2
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	3,6	290	11,1	4	80,0	4.760	99,1	0	0,0	0	0,0	5	14,3	5.050	57,5
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	3,6	290	11,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,9	290	3,3
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	60,0	3.560	74,1	0	0,0	0	0,0	3	8,6	3.560	40,5
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	20,0	1.200	25,0	0	0,0	0	0,0	1	2,9	1.200	13,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	28	100	2.608	100	5	100	4.803	100	2	100	1.374	100	35	100	8.785	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.26. Nodos comerciales intermedios Crevillent.

1.26.1. Estructura comercial. Crevillent.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	146	36,3	5.327	11,5	36	5,1	187
Equipamiento personal	65	16,2	4.694	10,1	72	2,3	165
Equipamiento del hogar	92	22,9	10.362	22,4	113	3,2	364
Otro comercio al por menor	85	21,1	5.770	12,5	68	3,0	203
Ocio y cultura	31	7,7	1.571	3,4	51	1,1	55
Tecnología	11	2,7	797	1,7	72	0,4	28
Otros productos ocasionales	43	10,7	3.402	7,4	79	1,5	120
Medianas superficies especializadas	3	0,7	5.460	11,8	1.820	0,1	192
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	2	0,5	3.300	7,1	1.650	0,1	116
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	2.160	4,7	2.160	0,0	76
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,2	6.682	14,4	6.682	0,0	235
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	6.682	14,4	6.682	0,0	235
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	10	2,5	7.961	17,2	796	0,4	280
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,2	163	0,4	163	0,0	6
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	1,2	4.785	10,3	957	0,2	168
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	4	1,0	3.013	6,5	753	0,1	106
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	402	100	46.256	100	115	14,1	1.626

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.26.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Crevillent.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	145	38,6	5.102	20,4	0	0,0	0	0,0	1	11,1	225	1,8	146	36,3	5.327	11,5
Equipamiento personal	64	17,0	4.594	18,3	0	0,0	0	0,0	1	11,1	100	0,8	65	16,2	4.694	10,1
Equipamiento del hogar	91	24,2	10.178	40,6	0	0,0	0	0,0	1	11,1	184	1,4	92	22,9	10.362	22,4
Otro comercio al por menor	75	19,9	5.018	20,0	8	47,1	669	7,9	2	22,2	83	0,7	85	21,1	5.770	12,5
Ocio y cultura	31	8,2	1.571	6,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	31	7,7	1.571	3,4
Tecnología	1	0,3	45	0,2	8	47,1	669	7,9	2	22,2	83	0,7	11	2,7	797	1,7
Otros productos ocasionales	43	11,4	3.402	13,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	43	10,7	3.402	7,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	33,3	5.460	42,9	3	0,7	5.460	11,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	22,2	3.300	25,9	2	0,5	3.300	7,1
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	2.160	17,0	1	0,2	2.160	4,7
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	6.682	52,5	1	0,2	6.682	14,4
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	6.682	52,5	1	0,2	6.682	14,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,3	163	0,7	9	52,9	7.798	92,1	0	0,0	0	0,0	10	2,5	7.961	17,2
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0		0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,3	163	0,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	1	0,2	163	0,4
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	29,4	4.785	56,5	0	0,0	0,0	0,0	5	1,2	4.785	10,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	4	23,5	3.013	35,6	0	0,0	0,0	0,0	4	1,0	3.013	6,5
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0,0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	376	100	25.055	100	17	100	8.467	100	9	100	12.734	100	402	100	46.256	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.27. Nodos comerciales intermedios Novelda.

1.27.1. Estructura comercial. Novelda.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	144	34,6	4.842	12,2	34	5,4	181
Equipamiento personal	73	17,5	4.034	10,2	55	2,7	151
Equipamiento del hogar	75	18,0	11.408	28,7	152	2,8	427
Otro comercio al por menor	113	27,2	8.230	20,7	73	4,2	308
Ocio y cultura	38	9,1	2.614	6,6	69	1,4	98
Tecnología	25	6,0	1.171	3,0	47	0,9	44
Otros productos ocasionales	50	12,0	4.445	11,2	89	1,9	167
Medianas superficies especializadas	1	0,2	1.700	4,3	1.700	0,0	64
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	1.700	4,3	1.700	0,0	64
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	10	2,4	9.479	23,9	948	0,4	355
Autoservicios (40-120 m ²)	4	1,0	3.153	7,9	788	0,1	118
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	1,4	6.326	15,9	1.054	0,2	237
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	416	100	39.693	100	95	15,6	1.487

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.27.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Novelda.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	140	37,4	4.379	16,7	0	0,0	0	0,0	4	28,6	463	14,5	144	34,6	4.842	12,2
Equipamiento personal	72	19,3	3.974	15,1	0	0,0	0	0,0	1	7,1	60	1,9	73	17,5	4.034	10,2
Equipamiento del hogar	74	19,8	11.308	43,1	0	0,0	0	0,0	1	7,1	100	3,1	75	18,0	11.408	28,7
Otro comercio al por menor	88	23,5	6.583	25,1	18	64,3	770	7,5	7	50,0	877	27,4	113	27,2	8.230	20,7
Ocio y cultura	35	9,4	2.233	8,5	1	3,6	16	0,2	2	14,3	365	11,4	38	9,1	2.614	6,6
Tecnología	4	1,1	155	0,6	17	60,7	754	7,4	4	28,6	262	8,2	25	6,0	1.171	3,0
Otros productos ocasionales	49	13,1	4.195	16,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	250	7,8	50	12,0	4.445	11,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	1.700	53,1	1	0,2	1.700	4,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	1.700	53,1	1	0,2	1.700	4,3
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	10	35,7	9.479	92,5	0	0,0	0	0,0	10	2,4	9.479	23,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	14,3	3.153	30,8	0	0,0	0	0,0	4	1,0	3.153	7,9
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	21,4	6.326	61,7	0	0,0	0	0,0	6	1,4	6.326	15,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	374	100	26.244	100	28	100	10.249	100	14	100	3.200	100	416	100	39.693	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.28. Nodos comerciales intermedios Ibi.

1.28.1. Estructura comercial. Ibi.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	118	35,2	4.232	15,1	36	5,0	179
Equipamiento personal	72	21,5	4.189	14,9	58	3,0	177
Equipamiento del hogar	64	19,1	6.769	24,1	106	2,7	287
Otro comercio al por menor	70	20,9	4.676	16,6	67	3,0	198
Ocio y cultura	30	9,0	1.855	6,6	62	1,3	79
Tecnología	7	2,1	314	1,1	45	0,3	13
Otros productos ocasionales	33	9,9	2.507	8,9	76	1,4	106
Medianas superficies especializadas	3	0,9	2.333	8,3	778	0,1	99
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	0,9	2.333	8,3	778	0,1	99
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	8	2,4	5.908	21,0	739	0,3	250
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	100	0,4	100	0,0	4
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,3	190	0,7	190	0,0	8
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	1,2	4.364	15,5	1.091	0,2	185
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,6	1.254	4,5	627	0,1	53
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	335	100	28.107	100	84	14,2	1.190

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.28.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Ibi.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	115	37,5	3.828	20,6	0	0,0	0	0,0	3	20,0	404	11,3	118	35,2	4.232	15,1
Equipamiento personal	69	22,5	4.020	21,6	0	0,0	0	0,0	3	20,0	169	4,7	72	21,5	4.189	14,9
Equipamiento del hogar	62	20,2	6.449	34,7	0	0,0	0	0,0	2	13,3	320	8,9	64	19,1	6.769	24,1
Otro comercio al por menor	59	19,2	4.023	21,6	7	53,8	298	5,0	4	26,7	355	9,9	70	20,9	4.676	16,6
Ocio y cultura	25	8,1	1.501	8,1	2	15,4	59	1,0	3	20,0	295	8,2	30	9,0	1.855	6,6
Tecnología	1	0,3	15	0,1	5	38,5	239	4,0	1	6,7	60	1,7	7	2,1	314	1,1
Otros productos ocasionales	33	10,7	2.507	13,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	33	9,9	2.507	8,9
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	20,0	2.333	65,1	3	0,9	2.333	8,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	20,0	2.333	65,1	3	0,9	2.333	8,3
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,7	290	1,6	6	46,2	5.618	95,0	0	0,0	0	0,0	8	2,4	5.908	21,0
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	100	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3	100	0,4
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,3	190	1,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3	190	0,7
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	30,8	4.364	73,8	0	0,0	0	0,0	4	1,2	4.364	15,5
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	15,4	1.254	21,2	0	0,0	0	0,0	2	0,6	1.254	4,5
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	307	100	18.610	100	13	100	5.916	100	15	100	3.581	100	335	100	28.107	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.29. Nodos comerciales intermedios Almoradi.

1.29.1. Estructura comercial. Almoradi.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	50	23,6	2.533	5,3	51	2,6	129
Equipamiento personal	50	23,6	5.334	11,2	107	2,6	272
Equipamiento del hogar	39	18,4	7.067	14,8	181	2,0	361
Otro comercio al por menor	58	27,4	4.764	10,0	82	3,0	243
Ocio y cultura	12	5,7	1.617	3,4	135	0,6	82
Tecnología	17	8,0	830	1,7	49	0,9	42
Otros productos ocasionales	29	13,7	2.317	4,8	80	1,5	118
Medianas superficies especializadas	7	3,3	11.300	23,6	1.614	0,4	577
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	5	2,4	8.500	17,8	1.700	0,3	434
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,9	2.800	5,9	1.400	0,1	143
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,5	12.000	25,1	12.000	0,1	612
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,5	12.000	25,1	12.000	0,1	612
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	7	3,3	4.805	10,1	686	0,4	245
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,5	75	0,2	75	0,1	4
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	2,8	4.730	9,9	788	0,3	241
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	212	100	47.803	100	225	10,8	2.439

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.29.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Almoradí.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	48	27,0	2.308	12,6	0	0,0	0	0,0	2	14,3	225	0,9	50	23,6	2.533	5,3
Equipamiento personal	50	28,1	5.334	29,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	50	23,6	5.334	11,2
Equipamiento del hogar	38	21,3	6.617	36,2	0	0,0	0	0,0	1	7,1	450	1,9	39	18,4	7.067	14,8
Otro comercio al por menor	41	23,0	3.934	21,5	14	70,0	730	13,4	3	21,4	100	0,4	58	27,4	4.764	10,0
Ocio y cultura	11	6,2	1.547	8,5	1	5,0	70	1,3	0	0,0	0	0,0	12	5,7	1.617	3,4
Tecnología	1	0,6	70	0,4	13	65,0	660	12,1	3	21,4	100	0,4	17	8,0	830	1,7
Otros productos ocasionales	29	16,3	2.317	12,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	29	13,7	2.317	4,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	50,0	11.300	46,9	7	3,3	11.300	23,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	35,7	8.500	35,3	5	2,4	8.500	17,8
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	14,3	2.800	11,6	2	0,9	2.800	5,9
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	12.000	49,8	1	0,5	12.000	25,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	12.000	49,8	1	0,5	12.000	25,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,6	75	0,4	6	30,0	4.730	86,6	0	0,0	0	0,0	7	3,3	4.805	10,1
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,6	75	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	75	0,2
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	30,0	4.730	86,6	0	0,0	0	0,0	6	2,8	4.730	9,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	178	100	18.268	100	20	100	5.460	100	14	100	24.075	100	212	100	47.803	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.30. Nodos comerciales intermedios Monovar.

1.30.1. Estructura comercial. Monovar.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	101	51,8	2.577	20,2	26	7,9	201
Equipamiento personal	32	16,4	1.982	15,5	62	2,5	154
Equipamiento del hogar	26	13,3	2.582	20,2	99	2,0	201
Otro comercio al por menor	30	15,4	1.709	13,4	57	2,3	133
Ocio y cultura	11	5,6	590	4,6	54	0,9	46
Tecnología	1	0,5	120	0,9	120	0,1	9
Otros productos ocasionales	18	9,2	999	7,8	55	1,4	78
Medianas superficies especializadas	1	0,5	1.400	11,0	1.400	0,1	109
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,5	1.400	11,0	1.400	0,1	109
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	5	2,6	2.512	19,7	502	0,4	196
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,5	100	0,8	100	0,1	8
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,5	150	1,2	150	0,1	12
Supermercados (400-2.500 m ²)	2	1,0	1.777	13,9	889	0,2	138
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,5	485	3,8	485	0,1	38
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	195	100	12.761	100	65	15,2	994

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.30.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Monovar.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	101	53,7	2.577	29,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	101	51,8	2.577	20,2
Equipamiento personal	31	16,5	1.956	22,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	26	1,7	32	16,4	1.982	15,5
Equipamiento del hogar	25	13,3	2.512	28,3	0	0,0	0	0,0	1	33,3	70	4,7	26	13,3	2.582	20,2
Otro comercio al por menor	29	15,4	1.589	17,9	1	25,0	120	5,0	0	0,0	0	0,0	30	15,4	1.709	13,4
Ocio y cultura	11	5,9	590	6,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	5,6	590	4,6
Tecnología	0	0,0	0	0,0	1	25,0	120	5,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	120	0,9
Otros productos ocasionales	18	9,6	999	11,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	18	9,2	999	7,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	1.400	93,6	1	0,5	1.400	11,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	1.400	93,6	1	0,5	1.400	11,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	1,1	250	2,8	3	75,0	2.262	95,0	0	0,0	0	0,0	5	2,6	2.512	19,7
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,5	100	1,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	100	0,8
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,5	150	1,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	150	1,2
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	2	50,0	1.777	74,6	0	0,0	0	0,0	2	1,0	1.777	13,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	25,0	485	20,4	0	0,0	0	0,0	1	0,5	485	3,8
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	188	100	8.883	100	4	100	2.382	100	3	100	1.496	100	195	100	12.761	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.31. Nodos comerciales intermedios Cocentaina.

1.31.1. Estructura comercial. Cocentaina.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	71	34,3	2.058	5,3	29	6,1	178
Equipamiento personal	29	14,0	1.826	4,7	63	2,5	158
Equipamiento del hogar	43	20,8	5.171	13,4	120	3,7	446
Otro comercio al por menor	52	25,1	4.362	11,3	84	4,5	376
Ocio y cultura	23	11,1	2.867	7,4	125	2,0	247
Tecnología	9	4,3	523	1,4	58	0,8	45
Otros productos ocasionales	20	9,7	972	2,5	49	1,7	84
Medianas superficies especializadas	5	2,4	8.375	21,7	1.675	0,4	723
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	4	1,9	6.380	16,5	1.595	0,3	550
... en Ocio y Cultura	1	0,5	1.995	5,2	1.995	0,1	172
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	2	1,0	6.773	17,5	3.387	0,2	584
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	1,0	6.773	17,5	3.387	0,2	584
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	5	2,4	10.034	26,0	2.007	0,4	866
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	1,4	2.314	6,0	771	0,3	200
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,5	6.520	16,9	6.520	0,1	563
Autoservicios de descuento	1	0,5	1.200	3,1	1.200	0,1	104
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	207	100	38.599	100	186	17,9	3.330

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.31.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Cocentaina.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	70	38,3	2.023	17,6	0	0,0	0	0,0	1	6,7	35	0,2	71	34,3	2.058	5,3
Equipamiento personal	28	15,3	1.384	12,0	0	0,0	0	0,0	1	6,7	442	1,9	29	14,0	1.826	4,7
Equipamiento del hogar	42	23,0	4.685	40,7	0	0,0	0	0,0	1	6,7	486	2,1	43	20,8	5.171	13,4
Otro comercio al por menor	43	23,5	3.414	29,7	5	55,6	249	6,6	4	26,7	699	3,0	52	25,1	4.362	11,3
Ocio y cultura	21	11,5	2.382	20,7	0	0,0	0	0,0	2	13,3	485	2,1	23	11,1	2.867	7,4
Tecnología	2	1,1	60	0,5	5	55,6	249	6,6	2	13,3	214	0,9	9	4,3	523	1,4
Otros productos ocasionales	20	10,9	972	8,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	20	9,7	972	2,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	33,3	8.375	35,9	5	2,4	8.375	21,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	26,7	6.380	27,3	4	1,9	6.380	16,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,7	1.995	8,6	1	0,5	1.995	5,2
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	13,3	6.773	29,0	2	1,0	6.773	17,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	13,3	6.773	29,0	2	1,0	6.773	17,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	4	44,4	3.514	93,4	1	6,7	6.520	27,9	5	2,4	10.034	26,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	33,3	2.314	61,5	0	0,0	0	0,0	3	1,4	2.314	6,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,7	6.520	27,9	1	0,5	6.520	16,9
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	11,1	1.200	31,9	0	0,0	0	0,0	1	0,5	1.200	3,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	183	100	11.506	100	9	100	3.763	100	15	100	23.330	100	207	100	38.599	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.32. Nodos comerciales intermedios Pego.

1.32.1. Estructura comercial. Pego.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	57	40,7	1.769	14,4	31	5,2	160
Equipamiento personal	26	18,6	1.368	11,2	53	2,4	124
Equipamiento del hogar	21	15,0	2.944	24,0	140	1,9	267
Otro comercio al por menor	30	21,4	1.424	11,6	47	2,7	129
Ocio y cultura	13	9,3	472	3,8	36	1,2	43
Tecnología	2	1,4	75	0,6	38	0,2	7
Otros productos ocasionales	15	10,7	877	7,2	58	1,4	80
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	4,3	4.756	38,8	793	0,5	431
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,7	100	0,8	100	0,1	9
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	2,9	3.856	31,4	964	0,4	350
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,7	800	6,5	800	0,1	73
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	140	100	12.261	100	88	12,7	1.112

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.32.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Pego.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	57	42,9	1.769	23,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	57	40,7	1.769	14,4
Equipamiento personal	26	19,5	1.368	18,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	26	18,6	1.368	11,2
Equipamiento del hogar	21	15,8	2.944	39,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	21	15,0	2.944	24,0
Otro comercio al por menor	28	21,1	1.274	17,1	1	16,7	60	1,3	1	100	90	100	30	21,4	1.424	11,6
Ocio y cultura	12	9,0	382	5,1	0	0,0	0	0,0	1	100	90	100	13	9,3	472	3,8
Tecnología	1	0,8	15	0,2	1	16,7	60	1,3	0	0,0	0	0,0	2	1,4	75	0,6
Otros productos ocasionales	15	11,3	877	11,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	15	10,7	877	7,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,8	100	1,3	5	83,3	4.656	98,7	0	0,0	0	0,0	6	4,3	4.756	38,8
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,8	100	1,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,7	100	0,8
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	66,7	3.856	81,8	0	0,0	0	0,0	4	2,9	3.856	31,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	16,7	800	17,0	0	0,0	0	0,0	1	0,7	800	6,5
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	133	100	7.455	100	6	100	4.716	100	1	100	90	100	140	100	12.261	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.33. Nodos comerciales intermedios Muro d'Alcoi.

1.33.1. Estructura comercial. Muro d'Alcoi.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	79	44,6	2.600	18,2	33	8,8	289
Equipamiento personal	27	15,3	1.388	9,7	51	3,0	154
Equipamiento del hogar	32	18,1	3.284	23,0	103	3,6	364
Otro comercio al por menor	32	18,1	1.837	12,9	57	3,6	204
Ocio y cultura	19	10,7	1.308	9,2	69	2,1	145
Tecnología	2	1,1	100	0,7	50	0,2	11
Otros productos ocasionales	11	6,2	429	3,0	39	1,2	48
Medianas superficies especializadas	1	0,6	700	4,9	700	0,1	78
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,6	700	4,9	700	0,1	78
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	3,4	4.461	31,3	744	0,7	495
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,6	250	1,8	250	0,1	28
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	2,3	3.612	25,3	903	0,4	401
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,6	599	4,2	599	0,1	66
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	177	100	14.270	100	81	19,6	1.584

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.33.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Muro d'Alcoi.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	79	61,2	2.600	48,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	79	44,6	2.600	18,2
Equipamiento personal	26	20,2	1.351	25,0	0	0,0	0	0,0	1	6,7	37	0,7	27	15,3	1.388	9,7
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	31	93,9	3.164	95,9	1	6,7	120	2,2	32	18,1	3.284	23,0
Otro comercio al por menor	23	17,8	1.193	22,1	2	6,1	135	4,1	7	46,7	509	9,1	32	18,1	1.837	12,9
Ocio y cultura	14	10,9	899	16,7	0	0,0	0	0,0	5	33,3	409	7,3	19	10,7	1.308	9,2
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	13,3	100	1,8	2	1,1	100	0,7
Otros productos ocasionales	9	7,0	294	5,5	2	6,1	135	4,1	0	0,0	0	0,0	11	6,2	429	3,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,7	700	12,6	1	0,6	700	4,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,7	700	12,6	1	0,6	700	4,9
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,8	250	4,6	0	0,0	0	0,0	5	33,3	4.211	75,5	6	3,4	4.461	31,3
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,8	250	4,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,6	250	1,8
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	26,7	3.612	64,8	4	2,3	3.612	25,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,7	599	10,7	1	0,6	599	4,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	129	100	5.394	100	33	100	3.299	100	15	100	5.577	100	177	100	14.270	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.34. Nodos basados en GEC San Vicente del Raspeig.

1.34.1. Estructura comercial. San Vicente del Raspeig.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	227	36,7	9.850	15,2	43	4,1	179
Equipamiento personal	135	21,8	10.031	15,5	74	2,5	182
Equipamiento del hogar	82	13,3	7.900	12,2	96	1,5	143
Otro comercio al por menor	145	23,5	10.551	16,3	73	2,6	191
Ocio y cultura	55	8,9	3.304	5,1	60	1,0	60
Tecnología	22	3,6	1.225	1,9	56	0,4	22
Otros productos ocasionales	68	11,0	6.022	9,3	89	1,2	109
Medianas superficies especializadas	5	0,8	6.441	9,9	1.288	0,1	117
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,3	2.991	4,6	1.496	0,0	54
... en Ocio y Cultura	1	0,2	905	1,4	905	0,0	16
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,3	2.545	3,9	1.273	0,0	46
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,2	3.000	4,6	3.000	0,0	54
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	3.000	4,6	3.000	0,0	54
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	23	3,7	17.051	26,3	741	0,4	309
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	100	0,2	100	0,0	2
Superservicios (121-399 m ²)	3	0,5	807	1,2	269	0,1	15
Supermercados (400-2.500 m ²)	15	2,4	13.294	20,5	886	0,3	241
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	0,5	2.400	3,7	800	0,1	44
Tiendas de conveniencia	1	0,2	450	0,7	450	0,0	8
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	618	100	64.824	100	105	11,2	1.176

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.34.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. San Vicente del Raspeig.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	223	40,8	9.538	27,4	0	0,0	0	0,0	4	10,5	312	2,4	227	36,7	9.850	15,2
Equipamiento personal	119	21,8	7.738	22,3	0	0,0	0	0,0	16	42,1	2.293	17,4	135	21,8	10.031	15,5
Equipamiento del hogar	82	15,0	7.900	22,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	82	13,3	7.900	12,2
Otro comercio al por menor	119	21,8	8.668	24,9	14	42,4	773	4,6	12	31,6	1.111	8,4	145	23,5	10.551	16,3
Ocio y cultura	54	9,9	3.080	8,9	0	0,0	0	0,0	1	2,6	224	1,7	55	8,9	3.304	5,1
Tecnología	2	0,4	60	0,2	14	42,4	773	4,6	6	15,8	392	3,0	22	3,6	1.225	1,9
Otros productos ocasionales	63	11,5	5.528	15,9	0	0,0	0	0,0	5	13,2	495	3,8	68	11,0	6.022	9,3
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	13,2	6.441	49,0	5	0,8	6.441	9,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	5,3	2.991	22,7	2	0,3	2.991	4,6
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,6	905	6,9	1	0,2	905	1,4
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	5,3	2.545	19,3	2	0,3	2.545	3,9
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,6	3.000	22,8	1	0,2	3.000	4,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,6	3.000	22,8	1	0,2	3.000	4,6
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	0,7	907	2,6	19	57,6	16.144	95,4	0	0,0	0	0,0	23	3,7	17.051	26,3
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	100	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	100	0,2
Superservicios (121-399 m ²)	3	0,5	807	2,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,5	807	1,2
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	15	45,5	13.294	78,6	0	0,0	0	0,0	15	2,4	13.294	20,5
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	9,1	2.400	14,2	0	0,0	0	0,0	3	0,5	2.400	3,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	3,0	450	2,7	0	0,0	0	0,0	1	0,2	450	0,7
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	547	100	34.750	100	33	100	16.917	100	38	100	13.157	100	618	100	64.824	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

1.35. Nodos basados en GEC Ondara.

1.35.1. Estructura comercial. Ondara.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	35	30,7	1.738	7,0	50	5,3	261
Equipamiento personal	29	25,4	2.851	11,5	98	4,4	428
Equipamiento del hogar	14	12,3	2.909	11,8	208	2,1	437
Otro comercio al por menor	27	23,7	1.995	8,1	74	4,1	300
Ocio y cultura	6	5,3	417	1,7	70	0,9	63
Tecnología	6	5,3	235	1,0	39	0,9	35
Otros productos ocasionales	15	13,2	1.343	5,4	90	2,3	202
Medianas superficies especializadas	3	2,6	3.500	14,2	1.167	0,5	526
... en Moda	1	0,9	1.340	5,4	1.340	0,2	201
... en Equipamiento del hogar	1	0,9	1.160	4,7	1.160	0,2	174
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,9	1.000	4,0	1.000	0,2	150
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	5,3	11.718	47,4	1.953	0,9	1.760
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	3,5	3.735	15,1	934	0,6	561
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,9	6.983	28,3	6.983	0,2	1.049
Autoservicios de descuento	1	0,9	1.000	4,0	1.000	0,2	150
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	114	100	24.710	100	217	17,1	3.712

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

1.35.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Ondara.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	33	45,8	1.293	24,3	0	0,0	0	0,0	2	5,7	445	3,1	35	30,7	1.738	7,0
Equipamiento personal	13	18,1	930	17,5	0	0,0	0	0,0	16	45,7	1.921	13,2	29	25,4	2.851	11,5
Equipamiento del hogar	10	13,9	1.951	36,6	0	0,0	0	0,0	4	11,4	958	6,6	14	12,3	2.909	11,8
Otro comercio al por menor	16	22,2	1.152	21,6	2	28,6	75	1,6	9	25,7	768	5,3	27	23,7	1.995	8,1
Ocio y cultura	5	6,9	292	5,5	0	0,0	0	0,0	1	2,9	125	0,9	6	5,3	417	1,7
Tecnología	1	1,4	7	0,1	2	28,6	75	1,6	3	8,6	153	1,0	6	5,3	235	1,0
Otros productos ocasionales	10	13,9	853	16,0	0	0,0	0	0,0	5	14,3	490	3,4	15	13,2	1.343	5,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	8,6	3.500	24,0	3	2,6	3.500	14,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,9	1.340	9,2	1	0,9	1.340	5,4
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,9	1.160	8,0	1	0,9	1.160	4,7
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,9	1.000	6,9	1	0,9	1.000	4,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	5	71,4	4.735	98,4	1	2,9	6.983	47,9	6	5,3	11.718	47,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	57,1	3.735	77,7	0	0,0	0	0,0	4	3,5	3.735	15,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,9	6.983	47,9	1	0,9	6.983	28,3
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	14,3	1.000	20,8	0	0,0	0	0,0	1	0,9	1.000	4,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	72	100	5.325	100	7	100	4.810	100	35	100	14.575	100	114	100	24.710	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2. Provincia de Castellón

2.1. Cabecera comercial. Vinaròs.

2.1.1. Estructura comercial. Vinaròs.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	200	28,4	7.602	9,7	38	7,0	266
Equipamiento personal	183	26,0	13.046	16,6	71	6,4	456
Equipamiento del hogar	133	18,9	13.835	17,6	104	4,6	483
Otro comercio al por menor	158	22,5	10.644	13,6	67	5,5	372
Ocio y cultura	49	7,0	2.452	3,1	50	1,7	86
Tecnología	20	2,8	1.084	1,4	54	0,7	38
Otros productos ocasionales	89	12,7	7.108	9,1	80	3,1	248
Medianas superficies especializadas	13	1,8	10.338	13,2	795	0,5	361
... en Moda	2	0,3	1.344	1,7	672	0,1	47
... en Equipamiento del hogar	4	0,6	4.033	5,1	1.008	0,1	141
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	7	1,0	4.961	6,3	709	0,2	173
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,1	3.737	4,8	3.737	0,0	131
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,1	3.737	4,8	3.737	0,0	131
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	15	2,1	19.207	24,5	1.280	0,5	671
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,3	565	0,7	283	0,1	20
Supermercados (400-2.500 m ²)	7	1,0	6.548	8,4	935	0,2	229
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,1	3.444	4,4	3.444	0,0	120
Hipermercados	1	0,1	5.808	7,4	5.808	0,0	203
Autoservicios de descuento	4	0,6	2.842	3,6	711	0,1	99
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	703	100	78.409	100	112	24,6	2.740

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.1.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Vinaròs.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	193	31,2	6.992	18,2	0	0,0	0	0,0	7	11,7	610	1,6	200	28,4	7.602	9,7
Equipamiento personal	171	27,6	11.430	29,7	0	0,0	0	0,0	12	20,0	1.616	4,1	183	26,0	13.046	16,6
Equipamiento del hogar	126	20,4	11.622	30,2	0	0,0	0	0,0	7	11,7	2.213	5,6	133	18,9	13.835	17,6
Otro comercio al por menor	127	20,5	7.817	20,3	13	54,2	662	6,6	18	30,0	2.165	5,5	158	22,5	10.644	13,6
Ocio y cultura	47	7,6	2.340	6,1	1	4,2	40	0,4	1	1,7	72	0,2	49	7,0	2.452	3,1
Tecnología	0	0,0	0	0,0	12	50,0	622	6,2	8	13,3	462	1,2	20	2,8	1.084	1,4
Otros productos ocasionales	80	12,9	5477	14,3		0,0	0	0,0	9	15,0	1.631	4,2	89	12,7	7.108	9,1
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	21,7	10.338	26,4	13	1,8	10.338	13,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	3,3	1.344	3,4	2	0,3	1.344	1,7
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	6,7	4.033	10,3	4	0,6	4.033	5,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	11,7	4.961	12,7	7	1,0	4.961	6,3
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,7	12.989	33,1	1	0,1	3.737	4,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,7	3.737	9,5	1	0,1	3.737	4,8
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,3	565	1,5	11	45,8	9.390	93,4		0,0	9.252	23,6	15	2,1	19.207	24,5
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	3,3		23,6	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,3	565	1,5	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	2	0,3	565	0,7
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	7	29,2	6.548	65,1		0,0		0,0	7	1,0	6.548	8,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,7	3.444	8,8	1	0,1	3.444	4,4
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,7	5.808	14,8	1	0,1	5.808	7,4
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	4	16,7	2.842	28,3		0,0		0,0	4	0,6	2.842	3,6
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Total	619	100	38.426	100	24	100	10.052	100	60	100	39.183	100	703	100	78.409	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.2. Cabecera comercial. Benicarló.

2.2.1. Estructura comercial. Benicarló.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	168	31,9	6.403	13,4	38	6,3	240
Equipamiento personal	133	25,2	10.039	21,0	75	5,0	376
Equipamiento del hogar	119	22,6	10.699	22,4	90	4,5	401
Otro comercio al por menor	91	17,3	6.368	13,3	70	3,4	239
Ocio y cultura	25	4,7	1.030	2,2	41	0,9	39
Tecnología	18	3,4	1.242	2,6	69	0,7	47
Otros productos ocasionales	48	9,1	4.096	8,6	85	1,8	154
Medianas superficies especializadas	6	1,1	5.952	12,5	992	0,2	223
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	5	0,9	5.251	11,0	1.050	0,2	197
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	701	1,5	701	0,0	26
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	10	1,9	8.340	17,4	834	0,4	313
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	100	0,2	100	0,0	4
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	460	1,0	230	0,1	17
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	0,9	6.509	13,6	1.302	0,2	244
Maxisuper (+2.500 m ²)		0,0		0,0	0	0,0	0
Hipermercados		0,0		0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,4	1.271	2,7	636	0,1	48
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	527	100,0	47.801	100	91	19,8	1.792

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.2.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Benicarló.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	160	34,4	5.721	20,3	0	0,0	0	0,0	8	18,6	682	6,3	168	31,9	6.403	13,4
Equipamiento personal	115	24,7	6.838	24,2	0	0,0	0	0,0	18	41,9	3.201	29,7	133	25,2	10.039	21,0
Equipamiento del hogar	117	25,2	10.121	35,9	0	0,0	0	0,0	2	4,7	578	5,4	119	22,6	10.699	22,4
Otro comercio al por menor	70	15,1	4.986	17,7	12	63,2	1.005	11,4	9	20,9	377	3,5	91	17,3	6.368	13,3
Ocio y cultura	24	5,2	993	3,5	0	0,0	0	0,0	1	2,3	37	0,3	25	4,7	1.030	2,2
Tecnología		0,0		0,0	11	57,9	940	10,7	7	16,3	302	2,8	18	3,4	1.242	2,6
Otros productos ocasionales	46	9,9	3.993	14,1	1	5,3	65	0,7	1	2,3	38	0,4	48	9,1	4.096	8,6
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	14,0	5.952	55,2	6	1,1	5.952	12,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	11,6	5.251	48,7	5	0,9	5.251	11,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,3	701	6,5	1	0,2	701	1,5
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	0,6	560	2,0	7	36,8	7.780	88,6	0	0,0	0	0,0	10	1,9	8.340	17,4
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	100	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	100	0,2
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	460	1,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4	460	1,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	26,3	6.509	74,1	0	0,0	0	0,0	5	0,9	6.509	13,6
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	10,5	1.271	14,5	0	0,0	0	0,0	2	0,4	1.271	2,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	465	100	28.226	100	19	100	8.785	100	43	100	10.790	100	527	100	47.801	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.3. Cabecera comercial. Castellón de la Plana.

2.3.1. Estructura comercial. Castellón de la Plana.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	672	33,5	27.557	9,0	41	3,7	153
Equipamiento personal	423	21,1	35.124	11,5	83	2,3	195
Equipamiento del hogar	317	15,8	41.401	13,5	131	1,8	230
Otro comercio al por menor	504	25,2	41.330	13,5	82	2,8	229
Ocio y cultura	161	8,0	8.961	2,9	56	0,9	50
Tecnología	64	3,2	3.907	1,3	61	0,4	22
Otros productos ocasionales	279	13,9	28.462	9,3	102	1,5	158
Medianas superficies especializadas	26	1,3	37.001	12,1	1.423	0,1	205
... en Moda	9	0,4	10.573	3,5	1.175	0,0	59
... en Equipamiento del hogar	9	0,4	11.323	3,7	1.258	0,0	63
... en Ocio y Cultura	5	0,2	12.194	4,0	2.439	0,0	68
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	0,1	2.911	1,0	970	0,0	16
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	7	0,3	29.929	9,8	4.276	0,0	166
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	6	0,3	27.374	8,9	4.562	0,0	152
... en Ocio y Cultura	1	0,0	2.555	0,8	2.555	0,0	14
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	54	2,7	93.622	30,6	1.734	0,3	520
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	6	0,3	1.321	0,4	220	0,0	7
Supermercados (400-2.500 m ²)	32	1,6	35.358	11,6	1.105	0,2	196
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	2	0,1	21.440	7,0	10.720	0,0	119
Autoservicios de descuento	12	0,6	8.531	2,8	711	0,1	47
Tiendas de conveniencia	1	0,0	450	0,1	450	0,0	2
Grandes almacenes	1	0,0	26.522	8,7	26.522	0,0	147
Total	2.003	100	305.964	100	153	11,1	1.698

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.3.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Castellón de la Plana.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	649	38,1	25.306	21,7	0	0,0	0	0,0	23	10,8	2.251	1,6	672	33,5	27.557	9,0
Equipamiento personal	354	20,8	23.130	19,8	0	0,0	0	0,0	69	32,5	11.994	8,4	423	21,1	35.124	11,5
Equipamiento del hogar	291	17,1	34.197	29,3	0	0,0	0	0,0	26	12,3	7.204	5,1	317	15,8	41.401	13,5
Otro comercio al por menor	403	23,7	32.856	28,1	43	48,9	2.485	5,3	58	27,4	5.989	4,2	504	25,2	41.330	13,5
Ocio y cultura	143	8,4	6.984	6,0	5	5,7	252	0,5	13	6,1	1.725	1,2	161	8,0	8.961	2,9
Tecnología	0	0,0	0	0,0	38	43,2	2.233	4,8	26	12,3	1.674	1,2	64	3,2	3.907	1,3
Otros productos ocasionales	260	15,3	25.872	22,1	0	0,0	0	0,0	19	9,0	2.590	1,8	279	13,9	28.462	9,3
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	26	12,3	37.001	26,0	26	1,3	37.001	12,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	9	4,2	10.573	7,4	9	0,4	10.573	3,5
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	9	4,2	11.323	8,0	9	0,4	11.323	3,7
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	2,4	12.194	8,6	5	0,2	12.194	4,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	1,4	2.911	2,0	3	0,1	2.911	1,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	3,3	29.929	21,0	7	0,3	29.929	9,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	2,8	27.374	19,2	6	0,3	27.374	8,9
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	2.555	1,8	1	0,0	2.555	0,8
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	0,4	1.321	1,1	45	51,1	44.339	94,7	3	1,4	47.962	33,7	54	2,7	93.622	30,6
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	6	0,4	1.321	1,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	0,3	1.321	0,4
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	32	36,4	35.358	75,5	0	0,0	0	0,0	32	1,6	35.358	11,6
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,9	21.440	15,1	2	0,1	21.440	7,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	12	13,6	8.531	18,2	0	0,0	0	0,0	12	0,6	8.531	2,8
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	1,1	450	1,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	450	0,1
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	26.522	18,6	1	0,0	26.522	8,7
Total	1.703	100	116.810	100	88	100	46.824	100	212	100	142.330	100	2.003	100	305.964	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.4.Subcabecera comercial. Vall d'Uixó.

2.4.1. Estructura comercial. Vall d'Uixó.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	168	34,1	7.172	14,5	43	5,1	219
Equipamiento personal	101	20,5	7.424	15,0	74	3,1	226
Equipamiento del hogar	82	16,7	9.615	19,4	117	2,5	293
Otro comercio al por menor	123	25,0	8.804	17,8	72	3,8	269
Ocio y cultura	34	6,9	1.925	3,9	57	1,0	59
Tecnología	16	3,3	729	1,5	46	0,5	22
Otros productos ocasionales	73	14,8	6.150	12,4	84	2,2	188
Medianas superficies especializadas	5	1,0	4.200	8,5	0	0,2	128
... en Moda	1	0,2	600	1,2	0	0,0	18
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	1.200	2,4	0	0,0	37
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	0,6	2.400	4,8	0	0,1	73
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	13	2,6	12.329	24,9	948	0,4	376
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	85	0,2	0	0,0	3
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	460	0,9	0	0,1	14
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	0,8	3.443	6,9	861	0,1	105
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,2	5.275	10,6	0	0,0	161
Hipermercados		0,0		0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	4	0,8	2.616	5,3	654	0,1	80
Tiendas de conveniencia	1	0,2	450	0,9	0	0,0	14
Grandes almacenes		0,0		0,0	0	0,0	0
Total	492	100,0	49.544	100,0	101	15,0	1.511

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.4.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Vall d'Uixó.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	161	35,9	6.537	20,7	0	0,0	0	0,0	7	35,0	635	5,9	168	34,1	7.172	14,5
Equipamiento personal	98	21,8	7.044	22,3	0	0,0	0	0,0	3	15,0	380	3,5	101	20,5	7.424	15,0
Equipamiento del hogar	82	18,3	9.615	30,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	82	16,7	9.615	19,4
Otro comercio al por menor	105	23,4	7.798	24,7	14	60,9	676	9,4	4	20,0	330	3,0	123	25,0	8.804	17,8
Ocio y cultura	32	7,1	1.648	5,2	1	4,3	75	1,0	1	5,0	202	1,9	34	6,9	1.925	3,9
Tecnología	0	0,0	0	0,0	13	56,5	601	8,4	3	15,0	128	1,2	16	3,3	729	1,5
Otros productos ocasionales	73	16,3	6.150	19,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	73	14,8	6.150	12,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	25,0	4.200	38,8	5	1,0	4.200	8,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	600	5,5	1	0,2	600	1,2
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	1.200	11,1	1	0,2	1.200	2,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	15,0	2.400	22,2	3	0,6	2.400	4,8
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	0,7	545	1,7	9	39,1	6.509	90,6	1	5,0	5.275	48,8	13	2,6	12.329	24,9
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	85	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	85	0,2
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	460	1,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4	460	0,9
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	17,4	3.443	47,9	0	0,0	0	0,0	4	0,8	3.443	6,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	5.275	48,8	1	0,2	5.275	10,6
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	4	17,4	2.616	36,4	0	0,0	0	0,0	4	0,8	2.616	5,3
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	4,3	450	6,3	0	0,0	0	0,0	1	0,2	450	0,9
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	449	100	31.539	100	23	100	7.185	100	20	100	10.820	100	492	100	49.544	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.5.Subcabecera comercial. Vila-real.

2.5.1. Estructura comercial. Vila-real.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	396	32,0	15.099	14,0	38	7,7	294
Equipamiento personal	288	23,3	16.155	15,0	56	5,6	315
Equipamiento del hogar	210	17,0	18.556	17,2	88	4,1	361
Otro comercio al por menor	317	25,6	18.338	17,0	58	6,2	357
Ocio y cultura	121	9,8	5.097	4,7	42	2,4	99
Tecnología	40	3,2	2.638	2,5	66	0,8	51
Otros productos ocasionales	156	12,6	10.603	9,8	68	3,0	206
Medianas superficies especializadas	10	0,8	8.585	8,0	859	0,2	167
... en Moda	1	0,1	600	0,6	600	0,0	12
... en Equipamiento del hogar	4	0,3	4.030	3,7	1.008	0,1	78
... en Ocio y Cultura	1	0,1	600	0,6	600	0,0	12
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	4	0,3	3.355	3,1	839	0,1	65
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	3	0,2	11.046	10,3	3.682	0,1	215
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	3	0,2	11.046	10,3	3.682	0,1	215
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	14	1,1	19.867	18,5	1.419	0,3	387
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,2	577	0,5	289	0,0	11
Supermercados (400-2.500 m ²)	7	0,6	8.540	7,9	1.220	0,1	166
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,1	8.193	7,6	8.193	0,0	160
Autoservicios de descuento	3	0,2	2.107	2,0	702	0,1	41
Tiendas de conveniencia	1	0,1	450	0,4	450	0,0	9
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	1.238	100,0	107.646	100,0	87	24,1	2.096

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.5.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Vila-real.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	386	33,6	14.434	22,6	0	0,0	0	0,0	10	23,8	665	2,2	396	32,0	15.099	14,0
Equipamiento personal	281	24,5	15.487	24,3	0	0,0	0	0,0	7	16,7	668	2,2	288	23,3	16.155	15,0
Equipamiento del hogar	208	18,1	17.980	28,2	0	0,0	0	0,0	2	4,8	576	1,9	210	17,0	18.556	17,2
Otro comercio al por menor	271	23,6	15.378	24,1	37	77,1	2.182	16,4	9	21,4	778	2,5	317	25,6	18.338	17,0
Ocio y cultura	116	10,1	4.835	7,6	3	6,3	142	1,1	2	4,8	120	0,4	121	9,8	5.097	4,7
Tecnología	0	0,0	0	0,0	34	70,8	2.040	15,4	6	14,3	598	2,0	40	3,2	2.638	2,5
Otros productos ocasionales	155	13,5	10.543	16,5	0	0,0	0	0,0	1	2,4	60	0,2	156	12,6	10.603	9,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	23,8	8.585	28,1	10	0,8	8.585	8,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,4	600	2,0	1	0,1	600	0,6
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	9,5	4.030	13,2	4	0,3	4.030	3,7
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,4	600	2,0	1	0,1	600	0,6
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	9,5	3.355	11,0	4	0,3	3.355	3,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	7,1	11.046	36,2	3	0,2	11.046	10,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	7,1	11.046	36,2	3	0,2	11.046	10,3
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,2	577	0,9	11	22,9	11.097	83,6	1	2,4	8.193	26,9	14	1,1	19.867	18,5
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,2	577	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,2	577	0,5
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	7	14,6	8.540	64,3	0	0,0	0	0,0	7	0,6	8.540	7,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,4	8.193,0	26,9	1	0,1	8.193	7,6
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	6,3	2.107	15,9	0	0,0	0	0,0	3	0,2	2.107	2,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	2,1	450	3,4	0	0,0	0	0,0	1	0,1	450	0,4
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	1.148	100	63.856	100	48	100	13.279	100	42	100	30.511	100	1.238	100	107.646	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.6.Subcabecera comercial. Onda.

2.6.1. Estructura comercial. Onda.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	167	40,1	5.623	15,4	34	6,5	220
Equipamiento personal	74	17,8	4.002	11,0	54	2,9	157
Equipamiento del hogar	64	15,4	6.147	16,8	96	2,5	240
Otro comercio al por menor	98	23,6	6.674	18,3	68	3,8	261
Ocio y cultura	37	8,9	1.580	4,3	43	1,4	62
Tecnología	11	2,6	808	2,2	73	0,4	32
Otros productos ocasionales	50	12,0	4.286	11,7	86	2,0	168
Medianas superficies especializadas	4	1,0	3.552	9,7	888	0,2	139
... en Moda		0,0		0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	3	0,7	2.924	8,0	975	0,1	114
... en Ocio y Cultura		0,0		0,0	0	0,0	0
... en Tecnología		0,0		0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	628	1,7	628	0,0	25
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,2	4.000	11,0	4.000	0,0	156
... en Moda		0,0		0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar		0,0		0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	1	0,2	4.000	11,0	0	0,0	156
... en Tecnología		0,0		0,0	0	0,0	0
... en Otros productos		0,0		0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	8	1,9	6.529	17,9	816	0,3	255
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,2	100	0,3	0	0,0	4
Superservicios (121-399 m ²)		0,0		0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	1,2	5.228	14,3	1.046	0,2	204
Maxisuper (+2.500 m ²)		0,0		0,0	0	0,0	0
Hipermercados		0,0		0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,5	1.201	3,3	601	0,1	47
Tiendas de conveniencia		0,0		0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes		0,0		0,0	0	0,0	0
Total	416	100,0	36.527	100,0	88	16,3	1.428

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.6.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Onda.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	163	42,2	5.353	25,2	0	0,0	0	0,0	4	28,6	270	3,3	167	40,1	5.623	15,4
Equipamiento personal	74	19,2	4.002	18,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	74	17,8	4.002	11,0
Equipamiento del hogar	64	16,6	6.147	29,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	64	15,4	6.147	16,8
Otro comercio al por menor	84	21,8	5.621	26,5	9	56,3	668	9,4	5	35,7	385	4,7	98	23,6	6.674	18,3
Ocio y cultura	36	9,3	1.520	7,2	0	0,0	0	0,0	1	7,1	60	0,7	37	8,9	1.580	4,3
Tecnología	0	0,0	0	0,0	9	56,3	668	9,4	2	14,3	140	1,7	11	2,6	808	2,2
Otros productos ocasionales	48	12,4	4.101	19,3	0	0,0	0	0,0	2	14,3	185	2,3	50	12,0	4.286	11,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	28,6	3.552	43,3	4	1,0	3.552	9,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	21,4	2.924	35,6	3	0,7	2.924	8,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	628	7,7	1	0,2	628	1,7
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	4.000	48,7	1	0,2	4.000	11,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	4.000	48,7	1	0,2	4.000	11,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,3	100	0,5	7	43,8	6.429	90,6	0	0,0	0	0,0	8	1,9	6.529	17,9
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	100	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	100	0,3
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	31,3	5.228	73,7	0	0,0	0	0,0	5	1,2	5.228	14,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	12,5	1.201	16,9	0	0,0	0	0,0	2	0,5	1.201	3,3
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0
Total	386	100	21.223	100	16	100	7.097	100	14	100	8.207	100	416	100	36.527	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.7. Subcabecera comercial. Segorbe.

2.7.1. Estructura comercial. Segorbe.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	42	26,4	1.615	10,4	38	4,5	174
Equipamiento personal	29	18,2	1.966	12,6	68	3,1	212
Equipamiento del hogar	41	25,8	6.314	40,6	154	4,4	680
Otro comercio al por menor	44	27,7	3.430	22,0	78	4,7	369
Ocio y cultura	17	10,7	1.016	6,5	60	1,8	109
Tecnología	5	3,1	250	1,6	50	0,5	27
Otros productos ocasionales	22	13,8	2.164	13,9	98	2,4	233
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	1,9	2.236	14,4	745	0,3	241
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	2	1,3	1.639	10,5	820	0,2	176
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,6	597	3,8	597	0,1	64
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	159	100,0	15.561	100,0	98	17,1	1.675

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.7.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Segorbe.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	41	43,6	1.560	31,0	1	2,0	55	0,8	0	0,0	0	0,0	42	26,4	1.615	10,4
Equipamiento personal	29	30,9	1.966	39,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	29	18,2	1.966	12,6
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	40	81,6	6.215	89,9	1	6,3	99	2,7	41	25,8	6.314	40,6
Otro comercio al por menor	24	25,5	1.512	30,0	8	16,3	645	9,3	12	75,0	1.273	35,3	44	27,7	3.430	22,0
Ocio y cultura	11	11,7	484	9,6	0	0,0	0	0,0	6	37,5	532	14,7	17	10,7	1.016	6,5
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	31,3	250	6,9	5	3,1	250	1,6
Otros productos ocasionales	13	13,8	1.028	20,4	8	16,3	645	9,3	1	6,3	491	13,6	22	13,8	2.164	13,9
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	18,8	2.236	62,0	3	1,9	2.236	14,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	12,5	1.639	45,4	2	1,3	1.639	10,5
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	6,3	597	16,5	1	0,6	597	3,8
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	94	100	5.038	100	49	100	6.915	100	16	100	3.608	100	159	100	15.561	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.8. Nodos turísticos litorales. Alcalà de Xivert.

2.8.1. Estructura comercial. Alcalà de Xivert.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	62	37,8	2715	17,9	44	29,4	1.286
Equipamiento personal	23	14,0	1140	7,5	50	10,9	540
Equipamiento del hogar	32	19,5	3694	24,4	115	15,2	1.749
Otro comercio al por menor	40	24,4	3.691	24,4	92	18,9	1.748
Ocio y cultura	10	6,1	402	2,7	40	4,7	190
Tecnología	2	1,2	169	1,1	85	0,9	80
Otros productos ocasionales	28	17,1	3120	20,6	111	13,3	1.477
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	7	4,3	3.887	25,7	555	3,3	1.840
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,6	160	1,1	160	0,5	76
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	2,4	3.275	21,7	819	1,9	1.551
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	1,2	452	3,0	226	0,9	214
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	164	100	15.127	100	92,2	77,7	7.162,4

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.8.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alcalà de Xivert.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	60	39,5	2.580	23,6	0	0,0		0,0	2	50,0	135	47,4	62	37,8	2.715	17,9
Equipamiento personal	22	14,5	1.070	9,8	0	0,0		0,0	1	25,0	70	24,6	23	14,0	1.140	7,5
Equipamiento del hogar	32	21,1	3.694	33,7	0	0,0		0,0	0	0,0	0	0,0	32	19,5	3.694	24,4
Otro comercio al por menor	37	24,3	3.442	31,4	2	25,0	169	4,3	1	25,0	80	28,1	40	24,4	3.691	24,4
Ocio y cultura	10	6,6	402	3,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	6,1	402	2,7
Tecnología	0	0,0		0,0	2	25,0	169	4,3	0	0,0	0	0,0	2	1,2	169	1,1
Otros productos ocasionales	27	17,8	3.040	27,8	0	0,0	0	0,0	1	25,0	80	28,1	28	17,1	3.120	20,6
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,7	160	1,5	6	75,0	3.727	95,7	0	0,0	0	0,0	7	4,3	3.887	25,7
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,7	160	1,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,6	160	1,1
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	50,0	3.275	84,1	0	0,0	0	0,0	4	2,4	3.275	21,7
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	25,0	452	11,6	0	0,0	0	0,0	2	1,2	452	3,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	152	100	10.946	100	8	100	3.896	100	4	100	285	100	164	100	15.127	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.9. Nodos turísticos litorales. Peñíscola.

2.9.1. Estructura comercial. Peñíscola.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	78	26,4	3.256	19,5	42	9,5	396
Equipamiento personal	44	14,9	2.129	12,8	48	5,4	259
Equipamiento del hogar	73	24,7	2.834	17,0	39	8,9	345
Otro comercio al por menor	96	32,5	5.606	33,6	58	11,7	682
Ocio y cultura	13	4,4	412	2,5	32	1,6	50
Tecnología	2	0,7	113	0,7	57	0,2	14
Otros productos ocasionales	81	27,5	5.081	30,4	63	9,9	619
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	1,4	2.863	17,2	716	0,5	349
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	100	0,6	100	0,1	12
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	1,0	2.763	16,6	921	0,4	336
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	295	100	16.688	100	56,6	35,9	2.031,6

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.9.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Peñíscola.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	78	27,1	3.256	23,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	78	26,4	3.256	19,5
Equipamiento personal	44	15,3	2.129	15,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	44	14,9	2.129	12,8
Equipamiento del hogar	73	25,3	2.834	20,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	73	24,7	2.834	17,0
Otro comercio al por menor	92	31,9	5.375	39,3	1	25,0	33	1,2	3	100,0	198	100,0	96	32,5	5.606	33,6
Ocio y cultura	13	4,5	412	3,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	4,4	412	2,5
Tecnología	0	0,0	0	0,0	1	25,0	33	1,2	1	33,3	80	40,4	2	0,7	113	0,7
Otros productos ocasionales	79	27,4	4.963	36,2	0	0,0	0	0,0	2	66,7	118	59,6	81	27,5	5.081	30,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,3	100	0,7	3	75,0	2.763	98,8	0	0,0	0	0,0	4	1,4	2.863	17,2
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	100	0,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3	100	0,6
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	75,0	2.763	98,8	0	0,0	0	0,0	3	1,0	2.763	16,6
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	288	100	13.694	100	4	100	2.796	100	3	100	198	100	295	100	16.688	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.10. Nodos turísticos litorales. Moncofa.

2.10.1. Estructura comercial. Moncofa.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	43	51,2	1.953	26,1	45	6,6	302
Equipamiento personal	9	10,7	573	7,7	64	1,4	88
Equipamiento del hogar	13	15,5	1.228	16,4	94	2,0	190
Otro comercio al por menor	15	17,9	804	10,8	54	2,3	124
Ocio y cultura	3	3,6	169	2,3	56	0,5	26
Tecnología	2	2,4	135	1,8	68	0,3	21
Otros productos ocasionales	10	11,9	500	6,7	50	1,5	77
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	4,8	2.919	39,0	730	0,6	451
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	2,4	360	4,8	180	0,3	56
Supermercados (400-2.500 m ²)	2	2,4	2.559	34,2	1.280	0,3	395
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	84	100	7.477	100	89,0	13,0	1.154,7

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.10.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Moncofa.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	43	53,8	1.953	40,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	43	51,2	1.953	26,1
Equipamiento personal	9	11,3	573	12,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	9	10,7	573	7,7
Equipamiento del hogar	13	16,3	1.228	25,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	15,5	1.228	16,4
Otro comercio al por menor	13	16,3	669	14,0	1	33,3	45	1,7	1	100	90	100	15	17,9	804	10,8
Ocio y cultura	3	3,8	169	3,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	3,6	169	2,3
Tecnología	0	0,0	0	0,0	1	33,3	45	1,7	1	100	90	100	2	2,4	135	1,8
Otros productos ocasionales	10	12,5	500	10,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	11,9	500	6,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	2,5	360	7,5	2	66,7	2.559	98,3	0	0,0	0	0,0	4	4,8	2.919	39,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	2,5	360	7,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	2,4	360	4,8
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	2	66,7	2.559	98,3	0	0,0	0	0,0	2	2,4	2.559	34,2
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	80	100	4.783	100	3	100	2.604	100	1	100	90	100	84	100	7.477	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.11. Nodos turísticos litorales. Torreblanca.

2.11.1. Estructura comercial. Torreblanca.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	36	44,4	1.400	18,5	39	6,3	244
Equipamiento personal	6	7,4	355	4,7	59	1,0	62
Equipamiento del hogar	11	13,6	1.140	15,1	104	1,9	199
Otro comercio al por menor	21	25,9	1.432	18,9	68	3,7	250
Ocio y cultura	5	6,2	423	5,6	85	0,9	74
Tecnología	1	1,2	50	0,7	50	0,2	9
Otros productos ocasionales	15	18,5	959	12,7	64	2,6	167
Medianas superficies especializadas	1	1,2	1.200	15,9	0	0,2	209
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	1,2	1.200	15,9	0	0,2	209
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	7,4	2.041	27,0	340	1,0	356
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	4	4,9	840	11,1	210	0,7	146
Supermercados (400-2.500 m ²)	1	1,2	800	10,6	800	0,2	139
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	1,2	401	5,3	0	0,2	70
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	81	100	7.568	100	93,4	14,1	1.319,2

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.11.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Torreblanca.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	35	46,7	1.275	26,1	0	0,0	0	0,0	1	33,3	125	8,7	36	44,4	1.400	18,5
Equipamiento personal	5	6,7	239	4,9	0	0,0	0	0,0	1	33,3	116	8,0	6	7,4	355	4,7
Equipamiento del hogar	11	14,7	1.140	23,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	13,6	1.140	15,1
Otro comercio al por menor	20	26,7	1.382	28,3	1	33,3	50	4,0	0	0,0	0	0,0	21	25,9	1.432	18,9
Ocio y cultura	5	6,7	423	8,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	6,2	423	5,6
Tecnología	0	0,0	0	0,0	1	33,3	50	4,0	0	0,0	0	0,0	1	1,2	50	0,7
Otros productos ocasionales	15	20,0	959	19,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	15	18,5	959	12,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	1.200	83,3	1	1,2	1.200	15,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	33,3	1.200	83,3	1	1,2	1.200	15,9
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	5,3	840	17,2	2	66,7	1.201	96,0	0	0,0	0	0,0	6	7,4	2.041	27,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	4	5,3	840	17,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	4,9	840	11,1
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	1	33,3	800	63,9	0	0,0	0	0,0	1	1,2	800	10,6
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	33,3	401	32,1	0	0,0	0	0,0	1	1,2	401	5,3
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	75	100	4.876	100	3	100	1.251	100	3	100	1.441	100	81	100	7.568	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.12. Nodos de interior. Morella.

2.12.1. Estructura comercial. Morella.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	32	43,2	1.120	35,6	35	11,7	409
Equipamiento personal	15	20,3	496	15,8	33	5,5	181
Equipamiento del hogar	9	12,2	466	14,8	52	3,3	170
Otro comercio al por menor	17	23,0	693	22,0	41	6,2	253
Ocio y cultura	5	6,8	134	4,3	27	1,8	49
Tecnología	2	2,7	65	2,1	33	0,7	24
Otros productos ocasionales	10	13,5	494	15,7	49	3,7	180
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	1,4	370	11,8	370	0,4	135
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	1,4	370	11,8	370	0,4	135
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	74	100	3.145	100	42,5	27,0	1.148,2

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.12.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Morella.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	31	57,4	980	47,5	0	0,0	0	0,0	1	25,0	140	54,9	32	43,2	1.120	35,6
Equipamiento personal	15	27,8	496	24,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	15	20,3	496	15,8
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	9	56,3	466	56,3	0	0,0	0	0,0	9	12,2	466	14,8
Otro comercio al por menor	7	13,0	217	10,5	7	43,8	361	43,7	3	75,0	115	45,1	17	23,0	693	22,0
Ocio y cultura	4	7,4	84	4,1	0	0,0	0	0,0	1	25,0	50	19,6	5	6,8	134	4,3
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	50,0	65	25,5	2	2,7	65	2,1
Otros productos ocasionales	3	5,6	133	6,4	7	43,8	361	43,7	0	0,0	0	0,0	10	13,5	494	15,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	1,9	370	17,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,4	370	11,8
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	1,9	370	17,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,4	370	11,8
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	54	100	2.063	100	16	100	827	100	4	100	255	100	74	100	3.145	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.13. Nodos de interior. Sant Mateu.

2.13.1. Estructura comercial. Sant Mateu.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	17	47,2	532	15,2	31	8,0	252
Equipamiento personal	3	8,3	143	4,1	48	1,4	68
Equipamiento del hogar	7	19,4	561	16,0	80	3,3	266
Otro comercio al por menor	6	16,7	230	6,6	38	2,8	109
Ocio y cultura	1	2,8	60	1,7	60	0,5	28
Tecnología	1	2,8	45	1,3	45	0,5	21
Otros productos ocasionales	4	11,1	125	3,6	31	1,9	59
Medianas superficies especializadas	1	2,8	1.655	47,1	1.655	0,5	784
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	2,8	1.655	47,1	1.655	0,5	784
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	5,6	390	11,1	195	0,9	185
Autoservicios (40-120 m ²)	1	2,8	70	2,0	70	0,5	33
Superservicios (121-399 m ²)	1	2,8	320	9,1	320	0,5	152
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	36	100	3.511	100	97,5	17,0	1.662,4

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.13.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Sant Mateu.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	17	68,0	532	45,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	17	47,2	532	15,2
Equipamiento personal	3	12,0	143	12,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	8,3	143	4,1
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	7	77,8	561	88,2	0	0,0	0	0,0	7	19,4	561	16,0
Otro comercio al por menor	3	12,0	110	9,4	2	22,2	75	11,8	1	50,0	45	2,6	6	16,7	230	6,6
Ocio y cultura	1	4,0	60	5,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,8	60	1,7
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	45	2,6	1	2,8	45	1,3
Otros productos ocasionales	2	8,0	50	4,3	2	22,2	75	11,8	0	0,0	0	0,0	4	11,1	125	3,6
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1.655	97,4	1	2,8	1.655	47,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	1.655	97,4	1	2,8	1.655	47,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	8,0	390	33,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	5,6	390	11,1
Autoservicios (40-120 m ²)	1	4,0	70	6,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,8	70	2,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	4,0	320	27,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,8	320	9,1
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	25	100	1.175	100	9	100	636	100	2	100	1.700	100	36	100	3.511	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.14. Nodos de interior. Albocasser.

2.14.1. Estructura comercial. Albocasser.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	8	50,0	272	43,9	34	5,6	191
Equipamiento personal	1	6,3	50	8,1	50	0,7	35
Equipamiento del hogar	3	18,8	98	15,8	33	2,1	69
Otro comercio al por menor	4	25,0	199	32,1	50	2,8	140
Ocio y cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Otros productos ocasionales	4	25,0	199	32,1	50	2,8	140
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	16	100	619	100	39	11,3	435

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.14.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Albocasser.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	8	72,7	272	76,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	272	43,9	8	50,0	272	43,9
Equipamiento personal	1	9,1	50	14,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	50	8,1	1	6,3	50	8,1
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	3	60,0	98	37,4	0	0,0	98	15,8	3	18,8	98	15,8
Otro comercio al por menor	2	18,2	35	9,8	2	40,0	164	62,6	0	0,0	199	32,1	4	25,0	199	32,1
Ocio y cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros productos ocasionales	2	18,2	35	9,8	2	40,0	164	62,6	0	0,0	199	32,1	4	25,0	199	32,1
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	11	100	357	100	5	100	262	100	0	0	619	100	16	100	619	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.15. Nodos de interior. Villafranca del Cid.

2.15.1. Estructura comercial. Villafranca del Cid.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	21	47,7	818	24,5	39	8,4	328
Equipamiento personal	6	13,6	476	14,2	79	2,4	191
Equipamiento del hogar	7	15,9	1.225	36,6	175	2,8	491
Otro comercio al por menor	9	20,5	422	12,6	47	3,6	169
Ocio y cultura	3	6,8	127	3,8	42	1,2	51
Tecnología	1	2,3	56	1,7	56	0,4	22
Otros productos ocasionales	5	11,4	239	7,1	48	2,0	96
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	2,3	403	12,1	403	0,4	162
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	1	2,3	403	12,1	403	0,4	162
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	44	100	3.344	100	76,0	17,6	1.340,8

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.15.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Villafranca del Cid.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	20	64,5	691	49,6	0	0,0	0	0,0	1	25,0	127	20,1	21	47,7	818	24,5
Equipamiento personal	6	19,4	476	34,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	13,6	476	14,2
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	7	77,8	1.225	92,7	0	0,0	0	0,0	7	15,9	1.225	36,6
Otro comercio al por menor	5	16,1	225	16,2	2	22,2	96	7,3	2	50,0	101	16,0	9	20,5	422	12,6
Ocio y cultura	2	6,5	82	5,9	0	0,0	0	0,0	1	25,0	45	7,1	3	6,8	127	3,8
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros productos ocasionales	3	9,7	143	10,3	2	22,2	96	7,3	1	25,0	56	8,9	6	13,6	295	8,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	25,0	403	63,9	1	2,3	403	12,1
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	25,0	403	63,9	1	2,3	403	12,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	31	100	1.392	100	9	100	1.321	100	4	100	631	100	44	100	3.344	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.16. Nodos turísticos litorales. Benicassim.

2.16.1. Estructura comercial. Benicassim.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	68	32,9	3.765	21,2	55	3,6	201
Equipamiento personal	47	22,7	2.498	14,1	53	2,5	133
Equipamiento del hogar	29	14,0	2.274	12,8	78	1,5	121
Otro comercio al por menor	56	27,1	3.235	18,2	58	3,0	173
Ocio y cultura	18	8,7	681	3,8	38	1,0	36
Tecnología	4	1,9	114	0,6	29	0,2	6
Otros productos ocasionales	34	16,4	2.440	13,8	72	1,8	130
Medianas superficies especializadas	1	0,5	650	3,7	650	0,1	35
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,5	650	3,7	650	0,1	35
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	2,9	5.313	30,0	886	0,3	283
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,5	160	0,9	160	0,1	9
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	1,9	4.403	24,8	1.101	0,2	235
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,5	750	4,2	750	0,1	40
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	207	100	17.735	100	85,7	11,0	946

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.16.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Benicassim.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	66	33,8	3.544	30,6	0	0,0	0	0,0	2	40,0	221	24,3	68	32,9	3.765	21,2
Equipamiento personal	47	24,1	2.498	21,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	47	22,7	2.498	14,1
Equipamiento del hogar	29	14,9	2.274	19,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	29	14,0	2.274	12,8
Otro comercio al por menor	52	26,7	3.121	26,9	2	28,6	75	1,4	2	40,0	39	4,3	56	27,1	3.235	18,2
Ocio y cultura	18	9,2	681	5,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	18	8,7	681	3,8
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros productos ocasionales	34	17,4	2.440	21,0	2	28,6	75	1,4	2	40,0	39	4,3	38	18,4	2.554	14,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	20,0	650	71,4	1	0,5	650	3,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	20,0	650	71,4	1	0,5	650	3,7
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,5	160	1,4	5	71,4	5.153	98,6	0	0,0	0	0,0	6	2,9	5.313	30,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,5	160	1,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	160	0,9
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	57,1	4.403	84,2	0	0,0	0	0,0	4	1,9	4.403	24,8
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	14,3	750	14,3	0	0,0	0	0,0	1	0,5	750	4,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	195	100	11.597	100	7	100	5.228	100	5	100	910	100	207	100	17.735	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.17. Nodos turísticos litorales. Oropesa del Mar.

2.17.1. Estructura comercial. Oropesa del Mar.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	59	30,3	2.508	15,5	43	6,0	253
Equipamiento personal	39	20,0	2.299	14,2	59	3,9	232
Equipamiento del hogar	27	13,8	2.169	13,4	80	2,7	219
Otro comercio al por menor	66	33,8	5.595	34,6	85	6,7	565
Ocio y cultura	14	7,2	522	3,2	37	1,4	53
Tecnología	3	1,5	180	1,1	60	0,3	18
Otros productos ocasionales	49	25,1	4.893	30,3	100	5,0	494
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	2,1	3.579	22,2	895	0,4	362
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,5	280	1,7	280	0,1	28
Supermercados (400-2.500 m ²)	2	1,0	2.948	18,3	1.474	0,2	298
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,5	351	2,2	351	0,1	35
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	195	100	16.150	100	82,8	19,7	1.631,6

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.17.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Oropesa del Mar.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	58	31,2	2.416	19,4	0	0,0	0	0,0	1	20,0	92	28,6	59	30,3	2.508	15,5
Equipamiento personal	38	20,4	2.259	18,2	0	0,0	0	0,0	1	20,0	40	12,4	39	20,0	2.299	14,2
Equipamiento del hogar	27	14,5	2.169	17,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	27	13,8	2.169	13,4
Otro comercio al por menor	62	33,3	5.315	42,7	1	25,0	90	2,7	3	60,0	190	59,0	66	33,8	5.595	34,6
Ocio y cultura	14	7,5	522	4,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	14	7,2	522	3,2
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	40,0	90	28,0	2	1,0	90	0,6
Otros productos ocasionales	48	25,8	4.793	38,5	1	25,0	90	2,7	1	20,0	100	31,1	50	25,6	4.983	30,9
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,5	280	2,3	3	75,0	3.299	97,3	0	0,0	0	0,0	4	2,1	3.579	22,2
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,5	280	2,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	280	1,7
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	2	50,0	2.948	87,0	0	0,0	0	0,0	2	1,0	2.948	18,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	25,0	351	10,4	0	0,0	0	0,0	1	0,5	351	2,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	186	100	12.439	100	4	100	3.389	100	5	100	322	100	195	100	16.150	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.18. Nodos comerciales intermedios. Almassora.

2.18.1. Estructura comercial. Almassora.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	89	39,6	3.381	14,8	38	3,4	129
Equipamiento personal	34	15,1	1.256	5,5	37	1,3	48
Equipamiento del hogar	30	13,3	2.890	12,7	96	1,1	111
Otro comercio al por menor	63	28,0	4.568	20,0	73	2,4	175
Ocio y cultura	21	9,3	862	3,8	41	0,8	33
Tecnología	9	4,0	629	2,8	70	0,3	24
Otros productos ocasionales	33	14,7	3.077	13,5	93	1,3	118
Medianas superficies especializadas	1	0,4	1.460	6,4	1.460	0,0	56
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,4	1.460	6,4	1.460	0,0	56
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,4	3.600	15,8	3.600	0,0	138
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,4	3.600	15,8	3.600	0,0	138
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	7	3,1	5.688	24,9	813	0,3	218
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	2,7	4.853	21,2	809	0,2	186
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,4	835	3,7	835	0,0	32
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	225	100	22.843	100	101,5	8,6	874

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.18.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Almassora.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	89	43,4	3.381	29,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	89	39,6	3.381	14,8
Equipamiento personal	34	16,6	1.256	11,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	34	15,1	1.256	5,5
Equipamiento del hogar	29	14,1	2.802	24,7	0	0,0	0	0,0	1	14,3	88	1,6	30	13,3	2.890	12,7
Otro comercio al por menor	53	25,9	3.883	34,3	6	46,2	384	6,3	4	57,1	301	5,5	63	28,0	4.568	20,0
Ocio y cultura	21	10,2	862	7,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	21	9,3	862	3,8
Tecnología	0	0,0	0	0,0	6	46,2	384	6,3	3	42,9	245	4,5	9	4,0	629	2,8
Otros productos ocasionales	32	15,6	3.021	26,7	0	0,0	0	0,0	1	14,3	56	1,0	33	14,7	3.077	13,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	1.460	26,8	1	0,4	1.460	6,4
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	1.460	26,8	1	0,4	1.460	6,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	3.600	66,1	1	0,4	3.600	15,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	3.600	66,1	1	0,4	3.600	15,8
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	7	53,8	5.688	93,7	0	0,0	0	0,0	7	3,1	5.688	24,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	46,2	4.853	79,9	0	0,0	0	0,0	6	2,7	4.853	21,2
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	7,7	835	13,8	0	0,0	0	0,0	1	0,4	835	3,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	205	100	11.322	100	13	100	6.072	100	7	100	5.449	100	225	100	22.843	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

2.19. Nodos comerciales intermedios. Borriana.

2.19.1. Estructura comercial. Borriana.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	242	38,7	8.007	18,5	33	6,8	225
Equipamiento personal	129	20,6	7.246	16,8	56	3,6	204
Equipamiento del hogar	83	13,3	6.849	15,8	83	2,3	192
Otro comercio al por menor	159	25,4	10.091	23,3	63	4,5	283
Ocio y cultura	57	9,1	2.522	5,8	44	1,6	71
Tecnología	19	3,0	931	2,2	49	0,5	26
Otros productos ocasionales	83	13,3	6.638	15,3	80	2,3	186
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,2	2.500	5,8	2.500	0,0	70
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	2.500	5,8	2.500	0,0	70
Comercio mixto al por menor, por secciones	12	1,9	8.562	19,8	714	0,3	241
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,2	250	0,6	250	0,0	7
Supermercados (400-2.500 m ²)	9	1,4	6.885	15,9	765	0,3	193
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,3	1.427	3,3	714	0,1	40
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	626	100	43.255	100	69,1	17,6	1.215

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

2.19.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Borriana.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	240	40,9	7.820	25,6	0	0,0	0	0,0	2	15,4	187	5,2	242	38,7	8.007	18,5
Equipamiento personal	126	21,5	7.054	23,1	0	0,0	0	0,0	3	23,1	192	5,3	129	20,6	7.246	16,8
Equipamiento del hogar	82	14,0	6.549	21,5	0	0,0	0	0,0	1	7,7	300	8,3	83	13,3	6.849	15,8
Otro comercio al por menor	138	23,5	8.830	28,9	16	59,3	810	8,9	5	38,5	451	12,4	159	25,4	10.091	23,3
Ocio y cultura	57	9,7	2.522	8,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	57	9,1	2.522	5,8
Tecnología	0	0,0	0	0,0	16	59,3	810	8,9	3	23,1	121	3,3	19	3,0	931	2,2
Otros productos ocasionales	81	13,8	6.308	20,7	0	0,0	0	0,0	2	15,4	330	9,1	83	13,3	6.638	15,3
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,7	2.500	68,9	1	0,2	2.500	5,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,7	2.500	68,9	1	0,2	2.500	5,8
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,2	250	0,8	11	40,7	8.312	91,1	0	0,0	0	0,0	12	1,9	8.562	19,8
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,2	250	0,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	250	0,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	9	33,3	6.885	75,5	0	0,0	0	0,0	9	1,4	6.885	15,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	7,4	1.427	15,6	0	0,0	0	0,0	2	0,3	1.427	3,3
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	587	100	30.503	100	27	100	9.122	100	13	100	3.630	100	626	100	43.255	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3. Provincia de Valencia

3.1. Cabecera comercial. Sagunto.

3.1.1. Estructura comercial. Sagunto.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	327	35,5	14.154	15,7	43	5,0	217
Equipamiento personal	156	16,9	10.632	11,8	68	2,4	163
Equipamiento del hogar	177	19,2	18.632	20,7	105	2,7	286
Otro comercio al por menor	234	25,4	15.737	17,5	67	3,6	241
Ocio y cultura	94	10,2	5.038	5,6	54	1,4	77
Tecnología	34	3,7	1.852	2,1	54	0,5	28
Otros productos ocasionales	106	11,5	8.847	9,8	83	1,6	136
Medianas superficies especializadas	8	0,9	7.363	5,2	920	0,1	113
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	4	0,4	4.588	2,1	1.147	0,0	70
... en Ocio y Cultura	1	0,1	600	0,7	600	0,0	9
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	0,3	2.175	2,4	725	0,0	33
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	20	2,2	23.656	26,2	1.183	0,3	363
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	11	1,2	12.753	14,1	1.159	0,2	195
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,1	6.976	7,7	6.976	0,0	107
Autoservicios de descuento	7	0,8	3.476	3,9	497	0,1	53
Tiendas de conveniencia	1	0,1	450	0,5	450	0,0	7
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	922	100,0	90.174	100	98	14,1	1.382

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.1.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Sagunto.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	316	38,0	13.298	25,7	0	0,0	0	0,0	11	21,6	856	6,3	327	35,5	14.154	15,7
Equipamiento personal	144	17,3	8.555	16,5	0	0,0	0	0,0	12	23,5	2.077	29,7	156	16,9	10.632	11,8
Equipamiento del hogar	171	20,6	16.486	31,9	0	0,0	0	0,0	6	11,8	2.146	5,4	177	19,2	18.632	20,7
Otro comercio al por menor	200	24,1	13.391	25,9	21	52,5	1.062	6,0	13	25,5	1.284	3,5	234	25,4	15.737	17,5
Ocio y cultura	1	0,1	56	0,1	0	0,0	0	0,0	1	2,0	550	0,3	94	10,2	5.038	5,6
Tecnología	93	11,2	4.488	8,7	21	52,5	1062	6,0	12	23,5	734	2,8	34	3,7	1.852	2,1
Otros productos ocasionales	106	12,8	8.847	17,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,4	106	11,5	8.847	9,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	15,7	5.188	55,2	8	0,9	7.363	5,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	7,8	4.588	48,7	4	0,4	4.588	2,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,0	600	0,0	1	0,1	600	0,7
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	5,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	6,5	3	0,3	2.175	2,4
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	19	47,5	16.679	94,0	1	2,0	0	0,0	20	2,2	23.656	26,2
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	11	27,5	12753	71,9	0	0,0	0	0,0	11	1,2	12.753	14,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,0	0	0,0	1	0,1	6.976	7,7
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	7	17,5	3476	19,6	0	0,0	0	0,0	7	0,8	3.476	3,9
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	2,5	450	2,5	0	0,0	0	0,0	1	0,1	450	0,5
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	831	100	51.730	100	40	100	17.741	100	51	100	10.790	100	922	100	90.174	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.2. Cabecera comercial. Alzira.

3.2.1. Estructura comercial. Alzira.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	144	28,3	6.785	10,7	47	3,2	151
Equipamiento personal	122	24,0	9.539	15,1	78	2,7	212
Equipamiento del hogar	84	16,5	9.851	15,6	117	1,9	219
Otro comercio al por menor	138	27,2	9.966	15,8	72	3,1	222
Ocio y cultura	47	9,3	3.237	5,1	69	1,0	72
Tecnología	29	5,7	1.375	2,2	47	0,6	31
Otros productos ocasionales	62	12,2	5.354	8,5	86	1,4	119
Medianas superficies especializadas	5	1,0	5.235	8,3	1.047	0,1	116
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,4	2.517	4,0	1.259	0,0	56
... en Ocio y Cultura	1	0,2	600	0,9	600	0,0	13
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,4	2.118	3,4	1.059	0,0	47
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	15	3,0	21.846	34,6	1.456	0,3	486
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,8	975	1,5	244	0,1	22
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	1,2	7.796	12,3	1.299	0,1	173
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,2	9.926	15,7	9.926	0,0	221
Autoservicios de descuento	4	0,8	3.149	5,0	787	0,1	70
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	508	100	63.222	100	124,5	11	1.407

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.2.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alzira.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	139	32,4	6.210	19,6	0	0,0	0	0,0	5	10,6	575	2,9	144	28,3	6.785	10,7
Equipamiento personal	103	24,0	7.719	24,4	0	0,0	0	0,0	19	40,4	1.820	9,3	122	24,0	9.539	15,1
Equipamiento del hogar	83	19,3	9.751	30,8	0	0,0	0	0,0	1	2,1	100	0,5	84	16,5	9.851	15,6
Otro comercio al por menor	100	23,3	7.028	22,2	22	68,8	1.053	8,8	16	34,0	1.885	9,6	138	27,2	9.966	15,8
Ocio y cultura	40	9,3	2.084	6,6	2	6,3	98	0,8	5	10,6	1.055	5,4	47	9,3	3.237	5,1
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	9	19,1	420	2,1	9	1,8	420	0,7
Otros productos ocasionales	60	14,0	4.944	15,6	20	62,5	955	8,0	2	4,3	410	2,1	82	16,1	6.309	10,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	10,6	5.235	26,8	5	1,0	5.235	8,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	4,3	2.517	12,9	2	0,4	2.517	4,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,1	600	3,1	1	0,2	600	0,9
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	4,3	2.118	10,8	2	0,4	2.118	3,4
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	0,9	975	3,1	10	31,3	10.945	91,2	1	2,1	9.926	50,8	15	3,0	21.846	34,6
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,9	975	3,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,8	975	1,5
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	18,8	7.796	65,0	0	0,0	0	0,0	6	1,2	7.796	12,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,1	9.926	50,8	1	0,2	9.926	15,7
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	4	12,5	3.149	26,2	0	0,0	0	0,0	4	0,8	3.149	5,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	429	100	31.683	100	32	100	11.998	100	47	100	19.541	100	508	100	63.222	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.3. Cabecera comercial. Gandia.

3.3.1. Estructura comercial. Gandia.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	266	24,5	15.552	9,8	58	3,4	197
Equipamiento personal	302	27,8	28.483	18,0	94	3,8	360
Equipamiento del hogar	211	19,4	25.903	16,4	123	2,7	328
Otro comercio al por menor	256	23,6	21.392	13,5	84	3,2	271
Ocio y cultura	67	6,2	5.256	3,3	78	0,8	67
Tecnología	40	3,7	2.393	1,5	60	0,5	30
Otros productos ocasionales	149	13,7	13.743	8,7	92	1,9	174
Medianas superficies especializadas	19	1,7	19.573	12,4	1.030	0,2	248
... en Moda	4	0,4	4.254	2,7	1.064	0,1	54
... en Equipamiento del hogar	9	0,8	9.034	5,7	1.004	0,1	114
... en Ocio y Cultura	1	0,1	600	0,4	600	0,0	8
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	5	0,5	5.685	3,6	1.137	0,1	72
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,1	7.652	4,8	7.652	0,0	97
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,1	7.652	4,8	7.652	0,0	97
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	32	2,9	39.639	25,1	1.239	0,4	502
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,2	436	0,3	218	0,0	6
Supermercados (400-2.500 m ²)	23	2,1	26.934	17,0	1.171	0,3	341
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,1	8.339	5,3	8.339	0,0	106
Autoservicios de descuento	6	0,6	3.930	2,5	655	0,1	50
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	1.087	100	158.194	100	146	14	2.002

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.3.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Gandia.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	256	28,3	14.425	20,2	0	0,0	0	0,0	10	8,1	1.127	2,3	266	24,5	15.552	10,2
Equipamiento personal	249	27,5	17.856	25,0	0	0,0	0	0,0	53	42,7	10.627	21,8	302	27,8	28.483	18,7
Equipamiento del hogar	203	22,4	23.896	33,5	0	0,0	0	0,0	8	6,5	2.007	4,1	211	19,4	25.903	17,0
Otro comercio al por menor	195	21,5	14.707	20,6	27	48,2	1.572	4,8	34	27,4	5.113	10,5	256	23,6	21.392	14,0
Ocio y cultura	56	6,2	2.969	4,2	1	1,8	50	0,2	10	8,1	2.237	4,6	67	6,2	5.256	3,4
Tecnología	1	0,1	25	0,0	0	0,0	0	0,0	13	10,5	846	1,7	14	1,3	871	0,6
Otros productos ocasionales	138	15,2	11.713	16,4	26	46,4	1.522	4,7	11	8,9	2.030	4,2	175	16,1	15.265	10,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	19	14,5	15.319	28,5	19	1,7	19.573	9,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	3,2	4.254	8,7	4	0,4	4.254	2,8
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	9	7,3	9.034	18,5	9	0,8	9.034	5,9
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,8	600	1,2	1	0,1	600	0,4
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	3,2	5.685	0,0	5	0,4	5.685	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	7.652	15,7	1	0,0	7.652	5,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,8	7.652	15,7	1	0,1	7.652	5,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,2	436	0,6	29	51,8	30.864	95,2	1	0,8	8.339	17,1	32	2,9	39.639	26,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,2	436	0,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,2	436	0,3
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	23	41,1	26.934	83,0	0	0,0	0	0,0	23	2,1	26.934	17,7
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	6	10,7	3.930	12,1	1	0,8	8.339	17,1	7	0,6	12.269	8,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	905	100	71.320	100	56	100	32.436	100	126	100	50.184	100	1.087	100	158.194	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.4. Cabecera comercial. Ontinyent.

3.4.1. Estructura comercial. Ontinyent.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	194	33,7	10.566	15,3	54	5,2	284
Equipamiento personal	130	22,6	11.285	16,4	87	3,5	304
Equipamiento del hogar	110	19,1	16.490	23,9	150	3,0	444
Otro comercio al por menor	124	21,6	13.212	19,2	107	3,3	356
Ocio y cultura	47	8,2	5.408	7,8	115	1,3	146
Tecnología	24	4,2	1.285	1,9	54	0,6	35
Otros productos ocasionales	53	9,2	6.519	9,5	123	1,4	176
Medianas superficies especializadas	3	0,5	3.103	4,5	1.034	0,1	84
... en Moda	1	0,2	852	1,2	852	0,0	23
... en Equipamiento del hogar	2	0,3	2.251	3,3	1.126	0,1	61
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	14	2,4	14.297	20,7	1.021	0,4	385
Autoservicios (40-120 m ²)	3	0,5	255	0,4	85	0,1	7
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,2	160	0,2	160	0,0	4
Supermercados (400-2.500 m ²)	8	1,4	12.462	18,1	1.558	0,2	336
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0		0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,3	1.420	2,1	710	0,1	38
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	575	100	68.953	100	120	15,5	1.857

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.4.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Ontinyent.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	185	36,6	9.442	20,8	0	0,0	0	0,0	9	22,5	1.124	13,1	194	33,7	10.566	15,3
Equipamiento personal	118	23,4	9.648	21,3	0	0,0	0	0,0	12	30,0	1.637	19,0	130	22,6	11.285	16,4
Equipamiento del hogar	105	20,8	15.159	33,5	0	0,0	0	0,0	5	12,5	1.331	15,5	110	19,1	16.490	23,9
Otro comercio al por menor	93	18,4	10.641	23,5	20	66,7	1.156	7,7	11	27,5	1.415	16,4	124	21,6	13.212	19,2
Ocio y cultura	41	8,1	4.174	9,2	2	6,7	120	0,8	4	10,0	1.114	12,9	47	8,2	5.408	7,8
Tecnología	2	0,4	95	0,2	18	60,0	1.036	6,9	4	10,0	154	1,8	24	4,2	1.285	1,9
Otros productos ocasionales	50	9,9	6372	14,1	0	0,0	0	0,0	3	7,5	147	1,7	53	9,2	6.519	9,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	7,5	3.103	36,0	3	0,5	3.103	4,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,5	852	9,9	1	0,2	852	1,2
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	5,0	2.251	26,1	2	0,3	2.251	3,3
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	0,8	415	0,9	10	33,3	13.882	92,3	0	0,0	0	0,0	14	2,4	14.297	20,7
Autoservicios (40-120 m ²)	3	0,6	255	0,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,5	255	0,4
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,2	160	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	160	0,2
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	8	26,7	12.462	82,9	0	0,0	0	0,0	8	1,4	12.462	18,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	6,7	1.420	9,4	0	0,0	0	0,0	2	0,3	1.420	2,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	505	100	45.305	100	30	100	15.038	100	40	100	8.610	100	575	100	68.953	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.5. Cabecera comercial. Requena.

3.5.1. Estructura comercial. Requena.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	121	43,2	4.806	19,3	40	5,6	223
Equipamiento personal	36	12,9	2.248	9,0	62	1,7	104
Equipamiento del hogar	47	16,8	5.592	22,5	119	2,2	259
Otro comercio al por menor	67	23,9	4.178	16,8	62	3,1	194
Ocio y cultura	20	7,1	1.014	4,1	51	0,9	47
Tecnología	10	3,6	457	1,8	46	0,5	21
Otros productos ocasionales	37	13,2	2.707	10,9	73	1,7	126
Medianas superficies especializadas	2	0,7	3.700	14,9	1.850	0,1	172
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,4	2.000	8,0	2.000	0,0	93
... en Ocio y Cultura	0	0,0		0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,4	1.700	6,8	1.700	0,0	79
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	7	2,5	4.370	17,6	624	0,3	203
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,7	185	0,7	93	0,1	9
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	1,1	3.021	12,1	1.007	0,1	140
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,7	1.164	4,7	582	0,1	54
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	280	100	24.894	100	89	13,0	1.155

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.5.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Requena.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	118	46,1	4.461	28,5	0	0,0	0	0,0	3	25,0	345	7,4	121	43,2	4.806	19,3
Equipamiento personal	35	13,7	2.156	13,8	0	0,0	0	0,0	1	8,3	92	2,0	36	12,9	2.248	9,0
Equipamiento del hogar	46	18,0	5.502	35,1	0	0,0	0	0,0	1	8,3	90	1,9	47	16,8	5.592	22,5
Otro comercio al por menor	55	21,5	3.371	21,5	7	58,3	376	8,2	5	41,7	431	9,3	67	23,9	4.178	16,8
Ocio y cultura	18	7,0	664	4,2	1	8,3	50	1,1	1	8,3	300	6,4	20	7,1	1.014	4,1
Tecnología	0	0,0	0	0,0	6	50,0	326	7,1	4	33,3	131	2,8	10	3,6	457	1,8
Otros productos ocasionales	37	14,5	2.707	17,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	37	13,2	2.707	10,9
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	16,7	3.700	79,4	2	0,7	3.700	14,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	8,3	2.000	42,9	1	0,4	2.000	8,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	8,3	1.700	36,5	1	0,4	1.700	6,8
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,8	185	1,2	5	41,7	4.185	91,8	0	0,0	0	0,0	7	2,5	4.370	17,6
Autoservicios (40-120 m ²)	2	0,8	185	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,7	185	0,7
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	25,0	3.021	66,2	0	0,0	0	0,0	3	1,1	3.021	12,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	16,7	1.164	25,5	0	0,0	0	0,0	2	0,7	1.164	4,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	256	100	15.675	100	12	100	4.561	100	12	100	4.658	100	280	100	24.894	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.6. Cabecera comercial. Valencia.

3.6.1. Estructura comercial. Valencia.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	3.972	36,0	135.192	13,3	34	5,0	170
Equipamiento personal	2.245	20,3	147.626	14,6	66	2,8	185
Equipamiento del hogar	1.823	16,5	169.828	16,7	93	2,3	213
Otro comercio al por menor	2.727	24,7	167.590	16,5	61	3,4	210
Ocio y cultura	1.110	10,1	49.216	4,9	44	1,4	62
Tecnología	367	3,3	21.785	2,1	59	0,5	27
Otros productos ocasionales	1.250	11,3	96.589	9,5	77	1,6	121
Medianas superficies especializadas	36	0,3	37.816	3,7	1.050	0,0	47
... en Moda	21	0,2	23.361	2,3	1.112	0,0	29
... en Equipamiento del hogar	6	0,1	5.465	0,5	911	0,0	7
... en Ocio y Cultura	8	0,1	6.701	0,7	838	0,0	8
... en Tecnología	1	0,0	2.289	0,2	2.289	0,0	3
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	4	0,0	15.304	1,5	3.826	0,0	19
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	3	0,0	12.204	1,2	4.068	0,0	15
... en Ocio y Cultura	1	0,0	3.100	0,3	3.100	0,0	4
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	227	2,1	341.239	33,6	1.503	0,3	428
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,0	85	0,0	85	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	28	0,3	6.733	0,7	240	0,0	8
Supermercados (400-2.500 m ²)	140	1,3	159.917	15,8	1.142	0,2	201
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	3	0,0	33.698	3,3	11.233	0,0	42
Autoservicios de descuento	39	0,4	22.096	2,2	567	0,0	28
Tiendas de conveniencia	11	0,1	4.950	0,5	450	0,0	6
Grandes almacenes	5	0,0	113.760	11,2	22.752	0,0	143
Total	11.034	100	1.014.595	100	92	13,8	1.273

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.6.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Valencia.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	3.778	38,5	120.359	22,4	0	0,0	0	0,0	194	25,3	14.833	5,4	3.972	36,0	135.192	13,3
Equipamiento personal	1.993	20,3	117.343	21,8	0	0,0	0	0,0	252	32,9	30.283	11,0	2.245	20,3	147.626	14,6
Equipamiento del hogar	1.749	17,8	155.988	29,0	0	0,0	0	0,0	74	9,7	13.840	5,0	1.823	16,5	169.828	16,7
Otro comercio al por menor	2.258	23,0	137.011	25,5	271	58,8	16.015	7,9	198	25,8	14.564	5,3	2.727	24,7	167.590	16,5
Ocio y cultura	1.031	10,5	42.296	7,9	30	6,5	2.598	1,3	49	6,4	4.322	1,6	1.110	10,1	49.216	4,9
Tecnología	28	0,3	1.447	0,3	0	0,0	0	0,0	51	6,7	3.321	1,2	79	3,3	4.768	2,1
Otros productos ocasionales	1.199	12,2	93.268	17,4	241	52,3	13.417	6,6	98	12,8	6.921	2,5	1.538	11,3	113.606	9,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	36	4,7	37.816	13,8	36	0,3	37.816	3,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	21	2,7	23.361	8,5	21	0,2	23.361	2,3
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	0,8	5.465	2,0	6	0,1	5.465	0,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	1,0	6.701	2,4	8	0,1	6.701	0,7
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	2.289	0,8	1	0,0	2.289	0,2
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,5	15.304	5,6	4	0,0	15.304	1,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,4	12.204	4,5	3	0,0	12.204	1,2
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	3.100	1,1	1	0,0	3.100	0,3
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	29	0,3	6.818	1,3	190	41,2	186.963	92,1	8	1,0	147.458	53,8	227	2,1	341.239	33,6
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,0	85	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	1	0,0	85	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	28	0,3	6.733	1,3	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	28	0,3	6.733	0,7
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	140	30,4	159.917	78,8		0,0		0,0	140	1,3	159.917	15,8
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,4	33.698	12,3	3	0,0	33.698	3,3
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	39	8,5	22.096	10,9		0,0		0,0	39	0,4	22.096	2,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	11	2,4	4.950	2,4		0,0		0,0	11	0,1	4.950	0,5
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	0,7	113.760	41,5	5	0,0	113.760	11,2
Total	9.807	100	537.519	100	461	100	202.978	100	766	100	274.098	100	11.034	100	1.014.595	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.7. Cabecera comercial. Xàtiva.

3.7.1. Estructura comercial. Xàtiva.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	173	27,1	8.806	11,3	51	5,9	302
Equipamiento personal	197	30,9	17.139	21,9	87	6,7	587
Equipamiento del hogar	113	17,7	13.445	17,2	119	3,9	461
Otro comercio al por menor	136	21,3	11.428	14,6	84	4,7	391
Ocio y cultura	48	7,5	5.078	6,5	106	1,6	174
Tecnología	27	4,2	1.439	1,8	53	0,9	49
Otros productos ocasionales	61	9,6	4.911	6,3	81	2,1	168
Medianas superficies especializadas	11	1,7	13.467	17,2	1.224	0,4	461
... en Moda	2	0,3	1.448	1,9	724	0,1	50
... en Equipamiento del hogar	4	0,6	5.689	7,3	1.422	0,1	195
... en Ocio y Cultura	3	0,5	4.712	6,0	1.571	0,1	161
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,3	1.618	2,1	809	0,1	55
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	8	1,3	13.840	17,7	1.730	0,3	474
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	0,8	6.007	7,7	1.201	0,2	206
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,2	7.000	9,0	7.000	0,0	240
Autoservicios de descuento	2	0,3	833	1,1	417	0,1	29
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	638	100	78.125	100	122	22	2.676

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.7.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Xàtiva.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	165	30,7	7.856	19,4	0	0,0	0	0,0	8	11,3	950	3,2	173	27,1	8.806	11,3
Equipamiento personal	167	31,0	11.806	29,2	0	0,0	0	0,0	30	42,3	5.333	17,9	197	30,9	17.139	21,9
Equipamiento del hogar	108	20,1	12.378	30,6	0	0,0	0	0,0	5	7,0	1.067	3,6	113	17,7	13.445	17,2
Otro comercio al por menor	98	18,2	8.362	20,7	22	75,9	1.026	13,0	16	22,5	2.040	6,8	136	21,3	11.428	14,6
Ocio y cultura	40	7,4	3.593	8,9	2	6,9	150	1,9	6	8,5	1.335	4,5	48	7,5	5.078	6,5
Tecnología	0	0,0	0	0,0	20	69,0	876	11,1	7	9,9	563	1,9	27	4,2	1.439	1,8
Otros productos ocasionales	58	10,8	4.769	11,8	0	0,0	0	0,0	3	4,2	142	0,5	61	9,6	4.911	6,3
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	15,5	13.467	45,1	11	1,7	13.467	17,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	2,8	1.448	4,8	2	0,3	1.448	1,9
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	5,6	5.689	19,1	4	0,6	5.689	7,3
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	4,2	4.712	15,8	3	0,5	4.712	6,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	2,8	1.618	5,4	2	0,3	1.618	2,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	7	24,1	6.840	87,0	1	1,4	7.000	23,4	8	1,3	13.840	17,7
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	17,2	6.007	76,4		0,0		0,0	5	0,8	6.007	7,7
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,4	7.000	23,4	1	0,2	7.000	9,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	6,9	833	10,6		0,0		0,0	2	0,3	833	1,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	538	100	40.402	100	29	100	7.866	100	71	100	29.857	100	638	100	78.125	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.8.Subcabecera Área Comercial. Algemesí.

3.8.1. Estructura comercial. Algemesí.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	106	34,6	4.794	15,2	45	3,7	169
Equipamiento personal	64	20,9	3.714	11,8	58	2,3	131
Equipamiento del hogar	50	16,3	7.451	23,6	149	1,8	263
Otro comercio al por menor	75	24,5	5.264	16,7	70	2,6	186
Ocio y cultura	22	7,2	1.576	5,0	72	0,8	56
Tecnología	10	3,3	474	1,5	47	0,4	17
Otros productos ocasionales	43	14,1	3.214	10,2	75	1,5	113
Medianas superficies especializadas	1	0,3	1.300	4,1	1.300	0,0	46
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,3	1.300	4,1	1.300	0,0	46
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	10	3,3	9.066	28,7	907	0,4	320
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	7	2,3	6.330	20,0	904	0,2	223
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	1,0	2.736	8,7	912	0,1	96
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	306	100	31.589	100	103,2	10,8	1.113,9

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.8.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Algemesí.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	104	37,3	4.606	23,0	0	0,0	0	0,0	2	20,0	188	8,7	106	34,6	4.794	15,2
Equipamiento personal	63	22,6	3.694	18,4	0	0,0	0	0,0	1	10,0	20	0,9	64	20,9	3.714	11,8
Equipamiento del hogar	49	17,6	7.201	35,9	0	0,0	0	0,0	1	10,0	250	11,6	50	16,3	7.451	23,6
Otro comercio al por menor	63	22,6	4.560	22,7	7	41,2	312	3,3	5	50,0	392	18,2	75	24,5	5.264	16,7
Ocio y cultura	20	7,2	1.346	6,7	0	0,0	0	0,0	2	20,0	230	10,7	22	7,2	1.576	5,0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	7	41,2	312	3,3	0	0,0	0	0,0	7	3,3	312	1,5
Otros productos ocasionales	43	15,4	3.214	16,0	0	0,0	0	0,0	3	30,0	162	7,5	46	14,1	3.376	10,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	1.300	60,5	1	0,3	1.300	4,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	1.300	60,5	1	0,3	1.300	4,1
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	10	58,8	9.066	96,7	0	0,0	0	0,0	10	3,3	9.066	28,7
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	7	41,2	6.330	67,5		0,0		0,0	7	2,3	6.330	20,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	17,6	2.736	29,2	0	0,0		0,0	3	1,0	2.736	8,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	279	100	20.061	100	17	100	9.378	100	10	100	2.150	100	306	100	31.589	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.9.Subcabecera Área Comercial. Llíria.

3.9.1. Estructura comercial. Llíria.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	111	41,3	3.859	16,2	35	4,7	164
Equipamiento personal	41	15,2	2.538	10,7	62	1,7	108
Equipamiento del hogar	51	19,0	6.351	26,7	125	2,2	270
Otro comercio al por menor	59	21,9	3.650	15,3	62	2,5	155
Ocio y cultura	18	6,7	1.010	4,2	56	0,8	43
Tecnología	9	3,3	389	1,6	43	0,4	17
Otros productos ocasionales	32	11,9	2.251	9,5	70	1,4	96
Medianas superficies especializadas	1	0,4	1.500	6,3	1.500	0,0	64
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,4	1.500	6,3	1.500	0,0	64
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	2,2	5.888	24,8	981	0,3	250
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,4	110	0,5	110	0,0	5
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,4	200	0,8	200	0,0	8
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	1,1	4.578	19,2	1.526	0,1	194
Maxisuper (+2.500 m ²)		0,0		0,0	0	0,0	0
Hipermercados		0,0		0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,4	1.000	4,2	1.000	0,0	42
Tiendas de conveniencia		0,0		0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes		0,0		0,0	0	0,0	0
Total	269	100	23.786	100	88,4	11,4	1.010

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.9.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Llíria.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	108	43,5	3.637	23,7	0	0,0	0	0,0	3	27,3	222	8,5	111	41,3	3.859	16,2
Equipamiento personal	40	16,1	2.438	15,9	0	0,0	0	0,0	1	9,1	100	3,8	41	15,2	2.538	10,7
Equipamiento del hogar	48	19,4	5.766	37,6	0	0,0	0	0,0	3	27,3	585	22,3	51	19,0	6.351	26,7
Otro comercio al por menor	50	20,2	3.184	20,8	6	60,0	246	4,2	3	27,3	220	8,4	59	21,9	3.650	15,3
Ocio y cultura	17	6,9	920	6,0	0	0,0	0	0,0	1	9,1	90	3,4	18	6,7	1.010	4,2
Tecnología	1	0,4	13	0,1	0	0,0	0	0,0	2	18,2	130	4,9	3	3,3	143	1,6
Otros productos ocasionales	32	12,9	2.251	14,7	6	60,0	246	4,2	0	0,0	0	0,0	38	11,9	2.497	9,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	9,1	1.500	57,1	1	0,4	1.500	6,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	9,1	1.500	57,1	1	0,0	1.500	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,4	0	6,3
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,8	310	2,0	4	40,0	5.578	95,8	0	0,0	0	0,0	6	2,2	5.888	24,8
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,4	110	0,7	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	1	0,4	110	0,5
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,4	200	1,3	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	1	0,4	200	0,8
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	30,0	4.578	78,6		0,0		0,0	3	1,1	4.578	19,2
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	10,0	1.000	17,2	0	0,0		0,0	1	0,4	1.000	4,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	248	100	15.335	100	10	100	5.824	100	11	100	2.627	100	269	100	23.786	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.10. Subcabecera Área Comercial. Sueca.

3.10.1. Estructura comercial. Sueca.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	239	47,8	9.397	24,5	39	8,2	323
Equipamiento personal	86	17,2	4.391	11,4	51	3,0	151
Equipamiento del hogar	73	14,6	7.029	18,3	96	2,5	242
Otro comercio al por menor	90	18,0	5.588	14,5	62	3,1	192
Ocio y cultura	39	7,8	2.511	6,5	64	1,3	86
Tecnología	15	3,0	698	1,8	47	0,5	24
Otros productos ocasionales	36	7,2	2.379	6,2	66	1,2	82
Medianas superficies especializadas	2	0,4	1.400	3,6	700	0,1	48
... en Moda	1	0,2	700	1,8	700	0,0	24
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	700	1,8	700	0,0	24
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,2	4.000	10,4	4.000	0,0	137
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	4.000	10,4	4.000	0,0	137
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	9	1,8	6.604	17,2	734	0,3	227
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	350	0,9	175	0,1	12
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	0,8	3.798	9,9	950	0,1	131
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	0,6	2.456	6,4	819	0,1	84
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	500	100	38.409	100	76,8	17,2	1.320

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.10.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Sueca.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	231	50,0	8.780	35,6	0	0,0	0	0,0	8	33,3	617	8,6	239	47,8	9.397	24,5
Equipamiento personal	82	17,7	3.964	16,1	0	0,0	0	0,0	4	16,7	427	5,9	86	17,2	4.391	11,4
Equipamiento del hogar	72	15,6	6.679	27,1	0	0,0	0	0,0	1	4,2	350	4,9	73	14,6	7.029	18,3
Otro comercio al por menor	75	16,2	4.861	19,7	7	50,0	320	4,9	8	33,3	407	5,7	90	18,0	5.588	14,5
Ocio y cultura	39	8,4	2.511	10,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	39	7,8	2.511	6,5
Tecnología	1	0,2	44	0,2	7	50,0	320	4,9	7	29,2	334	4,6	15	3,0	698	1,8
Otros productos ocasionales	35	7,6	2306	9,4	0	0,0	0	0,0	1	4,2	73	1,0	36	7,2	2.379	6,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	8,3	1.400	19,4	2	0,4	1.400	3,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,2	700	9,7	1	0,2	700	1,8
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,2	700	9,7	1	0,2	700	1,8
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,2	4.000	55,5	1	0,2	4.000	10,4
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,2	4.000	55,5	1	0,2	4.000	10,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,4	350	1,4	7	50,0	6.254	95,1	0	0,0	0	0,0	9	1,8	6.604	17,2
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	350	1,4	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	2	0,4	350	0,9
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	28,6	3.798	57,8		0,0		0,0	4	0,8	3.798	9,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	21,4	2.456	37,4	0	0,0		0,0	3	0,6	2.456	6,4
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	462	100	24.634	100	14	100	6.574	100	24	100	7.201	100	500	100	38.409	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.11. Subcabecera Área Comercial. Utiel.

3.11.1. Estructura comercial. Utiel.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	71	38,4	3.544	24,6	50	5,7	285
Equipamiento personal	31	16,8	1.401	9,7	45	2,5	113
Equipamiento del hogar	33	17,8	3.455	24,0	105	2,7	278
Otro comercio al por menor	47	25,4	3.180	22,1	68	3,8	256
Ocio y cultura	13	7,0	458	3,2	35	1,0	37
Tecnología	5	2,7	297	2,1	59	0,4	24
Otros productos ocasionales	29	15,7	2.425	16,8	84	2,3	195
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	1,6	2.838	19,7	946	0,2	228
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,5	85	0,6	85	0,1	7
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	2	1,1	2.753	19,1	1.377	0,2	221
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	185	100	14.418	100	77,9	14,9	1.160

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.11.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Utiel.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	68	39,5	3.379	30,6	0	0,0	0	0,0	3	60,0	165	59,4	71	38,4	3.544	24,6
Equipamiento personal	30	17,4	1.378	12,5	0	0,0	0	0,0	1	20,0	23	8,3	31	16,8	1.401	9,7
Equipamiento del hogar	32	18,6	3.365	30,5	0	0,0	0	0,0	1	20,0	90	32,4	33	17,8	3.455	24,0
Otro comercio al por menor	41	23,8	2.833	25,7	6	75,0	347	11,2	0	0,0	0	0,0	47	25,4	3.180	22,1
Ocio y cultura	12	7,0	408	3,7	1	12,5	50	1,6	0	0,0	0	0,0	13	7,0	458	3,2
Tecnología	0	0,0	0	0,0	5	62,5	297	9,6	0	0,0	0	0,0	5	2,7	297	2,1
Otros productos ocasionales	29	16,9	2425	22,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	29	15,7	2.425	16,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,6	85	0,8	2	25,0	2.753	88,8	0	0,0	0	0,0	3	1,6	2.838	19,7
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,6	85	0,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,5	85	0,6
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	2	25,0	2.753	88,8	0	0,0	0	0,0	2	1,1	2.753	19,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	172	100	11.040	100	8	100	3.100	100	5	100	278	100	185	100	14.418	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.12. Nodos comerciales intermedios. Alaquas.

3.12.1. Estructura comercial. Alaquas.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	127	40,2	6.148	20,7	48	4,2	204
Equipamiento personal	49	15,5	3.295	11,1	67	1,6	109
Equipamiento del hogar	67	21,2	6.946	23,4	104	2,2	230
Otro comercio al por menor	62	19,6	3.873	13,0	62	2,1	128
Ocio y cultura	24	7,6	1.373	4,6	57	0,8	45
Tecnología	7	2,2	367	1,2	52	0,2	12
Otros productos ocasionales	31	9,8	2.133	7,2	69	1,0	71
Medianas superficies especializadas	2	0,6	1.425	4,8	713	0,1	47
... en Moda	1	0,3	745	2,5	745	0,0	25
... en Equipamiento del hogar	1	0,3	680	2,3	680	0,0	23
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	9	2,8	8.045	27,1	894	0,3	266
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	100	0,3	100	0,0	3
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	1,9	6.869	23,1	1.145	0,2	227
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,6	1.076	3,6	538	0,1	36
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	316	100	29.732	100	94,1	10,5	984

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.12.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alaquas.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	202	8,4	127	40,2	6.148	20,7
Equipamiento personal	47	28,1	3.140	23,9	0	0,0	0	0,0	2	22,2	155	6,5	49	15,5	3.295	11,1
Equipamiento del hogar	65	38,9	6.636	50,6	0	0,0	0	0,0	2	22,2	310	12,9	67	21,2	6.946	23,4
Otro comercio al por menor	54	32,3	3.240	24,7	6	42,9	322	3,9	2	22,2	311	12,9	62	19,6	3.873	13,0
Ocio y cultura	23	13,8	1.107	8,4	0	0,0	0	0,0	1	11,1	266	11,1	24	7,6	1.373	4,6
Tecnología	0	0,0	0	0,0	6	42,9	322	3,9	1	11,1	45	1,9	7	2,2	367	1,2
Otros productos ocasionales	31	18,6	2.133	16,3	0	0,0	0	0,0		0,0	0	0,0	31	9,8	2.133	7,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	22,2	1.425	59,3	2	0,6	1.425	4,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	745	31,0	1	0,3	745	2,5
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	680	28,3	1	0,3	680	2,3
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,6	100	0,8	8	57,1	7.945	96,1	0	0,0	0	0,0	9	2,8	8.045	27,1
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,6	100	0,8	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	1	0,3	100	0,3
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	42,9	6.869	83,1		0,0		0,0	6	1,9	6.869	23,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	14,3	1.076	13,0	0	0,0		0,0	2	0,6	1.076	3,6
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0		0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	167	100	13.116	100	14	100	8.267	100	9	100	2.403	100	316	100	29.732	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.13. Nodos comerciales intermedios. Benetusser.

3.13.1. Estructura comercial. Benetusser.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	133	44,6	5.203	19,6	39	8,9	347
Equipamiento personal	46	15,4	2.533	9,6	55	3,1	169
Equipamiento del hogar	62	20,8	9.723	36,7	157	4,1	648
Otro comercio al por menor	50	16,8	2.656	10,0	53	3,3	177
Ocio y cultura	20	6,7	839	3,2	42	1,3	56
Tecnología	6	2,0	332	1,3	55	0,4	22
Otros productos ocasionales	24	8,1	1.485	5,6	62	1,6	99
Medianas superficies especializadas	3	1,0	3.257	12,3	1.086	0,2	217
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,7	2.407	9,1	1.204	0,1	160
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,3	850	3,2	850	0,1	57
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	1,3	3.114	11,8	779	0,3	208
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,3	160	0,6	160	0,1	11
Supermercados (400-2.500 m ²)	2	0,7	2.364	8,9	1.182	0,1	158
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,3	590	2,2	590	0,1	39
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	298	100	26.486	100	88,9	19,9	1.765,9

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.13.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Benetusser.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	131	46,5	5.015	25,6	0	0,0	0	0,0	2	22,2	188	5,0	133	44,6	5.203	19,6
Equipamiento personal	46	16,3	2.533	13,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	46	15,4	2.533	9,6
Equipamiento del hogar	60	21,3	9.523	48,7	0	0,0	0	0,0	2	22,2	200	5,3	62	20,8	9.723	36,7
Otro comercio al por menor	44	15,6	2.324	11,9	4	57,1	185	5,9	2	22,2	147	3,9	50	16,8	2.656	10,0
Ocio y cultura	20	7,1	839	4,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	20	6,7	839	3,2
Tecnología	0	0,0	0	0,0	4	57,1	185	5,9	2	22,2	147	3,9	6	2,0	332	1,3
Otros productos ocasionales	24	8,5	1485	7,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	24	8,1	1.485	5,6
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	33,3	3.257	85,9	3	1,0	3.257	12,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	22,2	2.407	63,5	2	0,7	2.407	9,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	850	22,4	1	0,3	850	3,2
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,4	160	0,8	3	42,9	2.954	94,1	0	0,0	0	0,0	4	1,3	3.114	11,8
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,4	160	0,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3	160	0,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	2	28,6	2.364	75,3	0	0,0	0	0,0	2	0,7	2.364	8,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	14,3	590	18,8	0	0,0	0	0,0	1	0,3	590	2,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	282	100	19.555	100	7	100	3.139	100	9	100	3.792	100	298	100	26.486	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.14. Nodos comerciales intermedios. Buñol.

3.14.1. Estructura comercial. Buñol.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	36	30,5	1.181	12,4	33	3,6	119
Equipamiento personal	24	20,3	1.075	11,3	45	2,4	108
Equipamiento del hogar	17	14,4	1.542	16,1	91	1,7	155
Otro comercio al por menor	35	29,7	2.080	21,8	59	3,5	210
Ocio y cultura	9	7,6	291	3,0	32	0,9	29
Tecnología	3	2,5	153	1,6	51	0,3	15
Otros productos ocasionales	23	19,5	1.636	17,1	71	2,3	165
Medianas superficies especializadas	1	0,8	1.030	10,8	1.030	0,1	104
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,8	1.030	10,8	1.030	0,1	104
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	5	4,2	2.645	27,7	529	0,5	266
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,8	85	0,9	85	0,1	9
Superservicios (121-399 m ²)	2	1,7	360	3,8	180	0,2	36
Supermercados (400-2.500 m ²)	1	0,8	1.400	14,7	1.400	0,1	141
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,8	800	8,4	800	0,1	81
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	118	100	9.553	100	81,0	11,9	962

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.14.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Buñol.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	35	45,5	1.131	33,2	1	3,2	50	2,0	0	0,0	0	0,0	36	30,5	1.181	12,4
Equipamiento personal	22	28,6	895	26,3	0	0,0	0	0,0	2	20,0	180	4,9	24	20,3	1.075	11,3
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	17	54,8	1.542	62,2	0	0,0	0	0,0	17	14,4	1.542	16,1
Otro comercio al por menor	17	22,1	938	27,5	13	41,9	889	35,8	5	50,0	253	6,9	35	29,7	2.080	21,8
Ocio y cultura	8	10,4	231	6,8	0	0,0	0	0,0	1	10,0	60	1,6	9	7,6	291	3,0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	30,0	153	4,2	3	2,5	153	1,6
Otros productos ocasionales	9	11,7	707	20,7	13	41,9	889	35,8	1	10,0	40	1,1	23	19,5	1.636	17,1
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	1.030	28,1	1	0,8	1.030	10,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	1.030	28,1	1	0,8	1.030	10,8
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	3,9	445	13,1	0	0,0	0	0,0	2	20,0	2.200	60,1	5	4,2	2.645	27,7
Autoservicios (40-120 m ²)	1	1,3	85	2,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,8	85	0,9
Superservicios (121-399 m ²)	2	2,6	360	10,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,7	360	3,8
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	1.400	38,2	1	0,8	1.400	14,7
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	800	21,8	1	0,8	800	8,4
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	77	100	3.409	100	31	100	2.481	100	10	100	3.663	100	118	100	9.553	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.15. Nodos comerciales intermedios. Catarroja.

3.15.1. Estructura comercial. Catarroja.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	96	35,8	4.732	19,8	49	3,5	171
Equipamiento personal	56	20,9	4.064	17,0	73	2,0	147
Equipamiento del hogar	40	14,9	3.381	14,2	85	1,4	122
Otro comercio al por menor	68	25,4	4.936	20,7	73	2,5	178
Ocio y cultura	18	6,7	1.351	5,7	75	0,6	49
Tecnología	15	5,6	1.362	5,7	91	0,5	49
Otros productos ocasionales	35	13,1	2.223	9,3	64	1,3	80
Medianas superficies especializadas	1	0,4	1.304	5,5	1.304	0,0	47
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,4	1.304	5,5	1.304	0,0	47
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	7	2,6	5.427	22,8	775	0,3	196
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,4	160	0,7	160	0,0	6
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	1,9	4.710	19,8	942	0,2	170
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,4	557	2,3	557	0,0	20
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	268	100	23.844	100	89,0	9,7	861

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.15.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Catarroja.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	92	38,3	4.284	28,8	0	0,0	0	0,0	4	33,3	448	15,5	96	35,8	4.732	19,8
Equipamiento personal	56	23,3	4.064	27,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	56	20,9	4.064	17,0
Equipamiento del hogar	39	16,3	3.296	22,1	0	0,0	0	0,0	1	8,3	85	2,9	40	14,9	3.381	14,2
Otro comercio al por menor	52	21,7	3.095	20,8	10	62,5	789	13,0	6	50,0	1.052	36,4	68	25,4	4.936	20,7
Ocio y cultura	16	6,7	861	5,8	0	0,0	0	0,0	2	16,7	490	17,0	18	6,7	1.351	5,7
Tecnología	1	0,4	11	0,1	10	62,5	789	13,0	4	33,3	562	19,5	15	5,6	1.362	5,7
Otros productos ocasionales	35	14,6	2.223	14,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	35	13,1	2.223	9,3
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	8,3	1.304	45,1	1	0,4	1.304	5,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	8,3	1.304	45,1	1	0,4	1.304	5,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,4	160	1,1	6	37,5	5.267	87,0	0	0,0	0	0,0	7	2,6	5.427	22,8
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,4	160	1,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,4	160	0,7
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	31,3	4.710	77,8	0	0,0	0	0,0	5	1,9	4.710	19,8
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	6,3	557	9,2	0	0,0	0	0,0	1	0,4	557	2,3
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	240	100	14.899	100	16	100	6.056	100	12	100	2.889	100	268	100	23.844	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.16. Nodos comerciales intermedios. Manises.

3.16.1. Estructura comercial. Manises.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	183	44,2	6.880	20,8	38	5,9	221
Equipamiento personal	67	16,2	4.397	13,3	66	2,2	142
Equipamiento del hogar	69	16,7	8.369	25,3	121	2,2	269
Otro comercio al por menor	85	20,5	4.798	14,5	56	2,7	154
Ocio y cultura	38	9,2	1.337	4,0	35	1,2	43
Tecnología	7	1,7	309	0,9	44	0,2	10
Otros productos ocasionales	40	9,7	3.152	9,5	79	1,3	101
Medianas superficies especializadas	3	0,7	2.580	7,8	860	0,1	83
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,5	1.780	5,4	890	0,1	57
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	800	2,4	800	0,0	26
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	7	1,7	6.109	18,4	873	0,2	197
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,2	200	0,6	200	0,0	6
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	1,0	4.858	14,7	1.215	0,1	156
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,5	1.051	3,2	526	0,1	34
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	414	100	33.133	100	80,0	13,3	1.067

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.16.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Manises.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	176	45,2	5.604	24,5	0	0,0	0	0,0	7	50,0	1.276	31,1	183	44,2	6.880	20,8
Equipamiento personal	66	17,0	4.331	18,9	0	0,0	0	0,0	1	7,1	66	1,6	67	16,2	4.397	13,3
Equipamiento del hogar	68	17,5	8.259	36,1	0	0,0	0	0,0	1	7,1	110	2,7	69	16,7	8.369	25,3
Otro comercio al por menor	78	20,1	4.489	19,6	5	45,5	239	3,9	2	14,3	70	1,7	85	20,5	4.798	14,5
Ocio y cultura	38	9,8	1.337	5,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	38	9,2	1.337	4,0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	5	45,5	239	3,9	2	14,3	70	1,7	7	1,7	309	0,9
Otros productos ocasionales	40	10,3	3.152	13,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	40	9,7	3.152	9,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	21,4	2.580	62,9	3	0,7	2.580	7,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	14,3	1.780	43,4	2	0,5	1.780	5,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	7,1	800	19,5	1	0,2	800	2,4
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,3	200	0,9	6	54,5	5.909	96,1	0	0,0	0	0,0	7	1,7	6.109	18,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,3	200	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	200	0,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	36,4	4.858	79,0	0	0,0	0	0,0	4	1,0	4.858	14,7
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	18,2	1.051	17,1	0	0,0	0	0,0	2	0,5	1.051	3,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	389	100	22.883	100	11	100	6.148	100	14	100	4.102	100	414	100	33.133	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.17. Nodos comerciales intermedios. Mislata.

3.17.1. Estructura comercial. Mislata.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	201	36,7	8.949	20,1	45	4,6	204
Equipamiento personal	95	17,4	4.938	11,1	52	2,2	113
Equipamiento del hogar	92	16,8	9.503	21,4	103	2,1	217
Otro comercio al por menor	144	26,3	8.372	18,8	58	3,3	191
Ocio y cultura	65	11,9	2.635	5,9	41	1,5	60
Tecnología	16	2,9	752	1,7	47	0,4	17
Otros productos ocasionales	63	11,5	4.985	11,2	79	1,4	114
Medianas superficies especializadas	4	0,7	3.881	8,7	970	0,1	89
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	1.100	2,5	1.100	0,0	25
... en Ocio y Cultura	1	0,2	619	1,4	619	0,0	14
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,4	2.162	4,9	1.081	0,0	49
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	11	2,0	8.777	19,8	798	0,3	200
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	8	1,5	7.146	16,1	893	0,2	163
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	0,5	1.631	3,7	544	0,1	37
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	547	100	44.420	100	81,2	12,5	1.014

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.17.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Mislata.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	194	38,5	8.167	28,2	0	0,0	0	0,0	7	33,3	782	12,5	201	36,7	8.949	20,1
Equipamiento personal	93	18,5	4.802	16,6	0	0,0	0	0,0	2	9,5	136	2,2	95	17,4	4.938	11,1
Equipamiento del hogar	90	17,9	8.412	29,1	0	0,0	0	0,0	2	9,5	1.091	17,5	92	16,8	9.503	21,4
Otro comercio al por menor	127	25,2	7.540	26,1	11	50,0	487	5,3	6	28,6	345	5,5	144	26,3	8.372	18,8
Ocio y cultura	63	12,5	2.525	8,7	0	0,0	0	0,0	2	9,5	110	1,8	65	11,9	2.635	5,9
Tecnología	1	0,2	30	0,1	11	50,0	487	5,3	4	19,0	235	3,8	16	2,9	752	1,7
Otros productos ocasionales	63	12,5	4.985	17,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	63	11,5	4.985	11,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	19,0	3.881	62,2	4	0,7	3.881	8,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1.100	17,6	1	0,2	1.100	2,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,8	619	9,9	1	0,2	619	1,4
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	9,5	2.162	34,7	2	0,4	2.162	4,9
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	11	50,0	8.777	94,7	0	0,0	0	0,0	11	2,0	8.777	19,8
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	8	36,4	7.146	77,1	0	0,0	0	0,0	8	1,5	7.146	16,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	13,6	1.631	17,6	0	0,0	0	0,0	3	0,5	1.631	3,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	504	100	28.921	100	22	100	9.264	100	21	100	6.235	100	547	100	44.420	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.18. Nodos comerciales intermedios. Quart de Poblet.

3.18.1. Estructura comercial. Quart de Poblet.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	152	41,9	6.055	19,6	40	6,0	239
Equipamiento personal	44	12,1	2.160	7,0	49	1,7	85
Equipamiento del hogar	61	16,8	5.925	19,1	97	2,4	234
Otro comercio al por menor	95	26,2	5.551	17,9	58	3,8	219
Ocio y cultura	42	11,6	1.402	4,5	33	1,7	55
Tecnología	8	2,2	426	1,4	53	0,3	17
Otros productos ocasionales	45	12,4	3.723	12,0	83	1,8	147
Medianas superficies especializadas	1	0,3	800	2,6	800	0,0	32
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,3	800	2,6	800	0,0	32
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	2	0,6	5.569	18,0	2.785	0,1	220
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,6	5.569	18,0	2.785	0,1	220
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	8	2,2	4.905	15,8	613	0,3	194
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	85	0,3	85	0,0	3
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,6	380	1,2	190	0,1	15
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	0,8	3.535	11,4	1.178	0,1	140
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,6	905	2,9	453	0,1	36
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	363	100	30.965	100	85,3	14,4	1.224

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.18.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Quart de Poblet.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	148	43,3	5.493	28,8	0	0,0	0	0,0	4	50,0	562	8,0	152	41,9	6.055	19,6
Equipamiento personal	43	12,6	2.085	10,9	0	0,0	0	0,0	1	12,5	75	1,1	44	12,1	2.160	7,0
Equipamiento del hogar	61	17,8	5.925	31,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	61	16,8	5.925	19,1
Otro comercio al por menor	87	25,4	5.097	26,7	8	61,5	454	9,3	0	0,0	0	0,0	95	26,2	5.551	17,9
Ocio y cultura	41	12,0	1.352	7,1	1	7,7	50	1,0	0	0,0	0	0,0	42	11,6	1.402	4,5
Tecnología	1	0,3	22	0,1	7	53,8	404	8,3	0	0,0	0	0,0	8	2,2	426	1,4
Otros productos ocasionales	45	13,2	3.723	19,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	45	12,4	3.723	12,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	12,5	800	11,4	1	0,3	800	2,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	12,5	800	11,4	1	0,3	800	2,6
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	25,0	5.569	79,5	2	0,6	5.569	18,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	25,0	5.569	79,5	2	0,6	5.569	18,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	0,9	465	2,4	5	38,5	4.440	90,7	0	0,0	0	0,0	8	2,2	4.905	15,8
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	85	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3	85	0,3
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,6	380	2,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,6	380	1,2
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	23,1	3.535	72,2	0	0,0	0	0,0	3	0,8	3.535	11,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	15,4	905	18,5	0	0,0	0	0,0	2	0,6	905	2,9
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	342	100	19.065	100	13	100	4.894	100	8	100	7.006	100	363	100	30.965	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.19. Nodos comerciales intermedios. Torrent.

3.19.1. Estructura comercial. Torrent.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	370	37,1	15.744	18,3	43	4,5	193
Equipamiento personal	181	18,1	11.876	13,8	66	2,2	146
Equipamiento del hogar	196	19,6	20.265	23,6	103	2,4	249
Otro comercio al por menor	228	22,8	14.870	17,3	65	2,8	183
Ocio y cultura	101	10,1	5.187	6,0	51	1,2	64
Tecnología	27	2,7	1.650	1,9	61	0,3	20
Otros productos ocasionales	100	10,0	8.033	9,4	80	1,2	99
Medianas superficies especializadas	5	0,5	6.765	7,9	1.353	0,1	83
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,1	1.212	1,4	1.212	0,0	15
... en Ocio y Cultura	2	0,2	4.022	4,7	2.011	0,0	49
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,2	1.531	1,8	766	0,0	19
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	18	1,8	16.333	19,0	907	0,2	201
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,1	100	0,1	100	0,0	1
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	11	1,1	12.625	14,7	1.148	0,1	155
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	5	0,5	3.158	3,7	632	0,1	39
Tiendas de conveniencia	1	0,1	450	0,5	450	0,0	6
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	998	100	85.853	100	86,0	12,3	1.055

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.19.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Torrent.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	363	39,1	14.830	25,7	0	0,0	0	0,0	7	21,2	914	8,8	370	37,1	15.744	18,3
Equipamiento personal	177	19,1	11.283	19,5	0	0,0	0	0,0	4	12,1	593	5,7	181	18,1	11.876	13,8
Equipamiento del hogar	190	20,5	19.392	33,6	0	0,0	0	0,0	6	18,2	873	8,4	196	19,6	20.265	23,6
Otro comercio al por menor	197	21,2	12.191	21,1	20	54,1	1.391	7,9	11	33,3	1.288	12,3	228	22,8	14.870	17,3
Ocio y cultura	98	10,6	4.364	7,6	1	2,7	173	1,0	2	6,1	650	6,2	101	10,1	5.187	6,0
Tecnología	1	0,1	28	0,0	19	51,4	1.218	6,9	7	21,2	404	3,9	27	2,7	1.650	1,9
Otros productos ocasionales	98	10,6	7.799	13,5	0	0,0	0	0,0	2	6,1	234	2,2	100	10,0	8.033	9,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	15,2	6.765	64,8	5	0,5	6.765	7,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,0	1.212	11,6	1	0,1	1.212	1,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,1	4.022	38,6	2	0,2	4.022	4,7
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,1	1.531	14,7	2	0,2	1.531	1,8
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,1	100	0,2	17	45,9	16.233	92,1	0	0,0	0	0,0	18	1,8	16.333	19,0
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,1	100	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	100	0,1
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	11	29,7	12.625	71,6	0	0,0	0	0,0	11	1,1	12.625	14,7
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	5	13,5	3.158	17,9	0	0,0	0	0,0	5	0,5	3.158	3,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	2,7	450	2,6	0	0,0	0	0,0	1	0,1	450	0,5
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	928	100	57.796	100	37	100	17.624	100	33	100	10.433	100	998	100	85.853	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.20. Nodos comerciales intermedios. Carcaixent.

3.20.1. Estructura comercial. Carcaixent.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	124	37,8	5.717	13,1	46	6,0	275
Equipamiento personal	63	19,2	6.119	14,0	97	3,0	294
Equipamiento del hogar	55	16,8	6.314	14,5	115	2,6	304
Otro comercio al por menor	75	22,9	5.284	12,1	70	3,6	254
Ocio y cultura	27	8,2	2.041	4,7	76	1,3	98
Tecnología	10	3,0	434	1,0	43	0,5	21
Otros productos ocasionales	38	11,6	2.809	6,4	74	1,8	135
Medianas superficies especializadas	5	1,5	7.945	18,2	1.589	0,2	382
... en Moda	4	1,2	5.881	13,5	1.470	0,2	283
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	1	0,3	2.064	4,7	2.064	0,0	99
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	1,8	12.296	28,2	2.049	0,3	592
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	0,9	3.225	7,4	1.075	0,1	155
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,3	7.002	16,0	7.002	0,0	337
Autoservicios de descuento	2	0,6	2.069	4,7	1.035	0,1	100
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	328	100	43.675	100	133,2	15,8	2.102

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.20.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Carcaixent.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	120	44,8	4.987	31,0	0	0,0	0	0,0	4	7,8	730	3,3	124	37,8	5.717	13,1
Equipamiento personal	42	15,7	2.426	15,1	0	0,0	0	0,0	21	41,2	3.693	16,7	63	19,2	6.119	14,0
Equipamiento del hogar	50	18,7	5.076	31,6	0	0,0	0	0,0	5	9,8	1.238	5,6	55	16,8	6.314	14,5
Otro comercio al por menor	56	20,9	3.574	22,2	4	44,4	206	3,7	15	29,4	1.504	6,8	75	22,9	5.284	12,1
Ocio y cultura	24	9,0	1.234	7,7	0	0,0	0	0,0	3	5,9	807	3,6	27	8,2	2.041	4,7
Tecnología	0	0,0	0	0,0	4	44,4	206	3,7	6	11,8	228	1,0	10	3,0	434	1,0
Otros productos ocasionales	32	11,9	2.340	14,6	0	0,0	0	0,0	6	11,8	469	2,1	38	11,6	2.809	6,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	9,8	7.945	35,9	5	1,5	7.945	18,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	7,8	5.881	26,6	4	1,2	5.881	13,5
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,0	2.064	9,3	1	0,3	2.064	4,7
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	5	55,6	5.294	96,3	1	2,0	7.002	31,7	6	1,8	12.296	28,2
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	33,3	3.225	58,6	0	0,0	0	0,0	3	0,9	3.225	7,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,0	7.002	31,7	1	0,3	7.002	16,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	22,2	2.069	37,6	0	0,0	0	0,0	2	0,6	2.069	4,7
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	268	100	16.063	100	9	100	5.500	100	51	100	22.112	100	328	100	43.675	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.21. Nodos comerciales intermedios. Oliva.

3.21.1. Estructura comercial. Oliva.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	87	33,2	3.711	13,6	43	3,1	132
Equipamiento personal	51	19,5	3.189	11,7	63	1,8	113
Equipamiento del hogar	61	23,3	5.755	21,0	94	2,2	204
Otro comercio al por menor	51	19,5	3.894	14,2	76	1,8	138
Ocio y cultura	22	8,4	1.466	5,4	67	0,8	52
Tecnología	6	2,3	319	1,2	53	0,2	11
Otros productos ocasionales	23	8,8	2.109	7,7	92	0,8	75
Medianas superficies especializadas	2	0,8	3.000	11,0	1.500	0,1	106
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,8	3.000	11,0	1.500	0,1	106
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	10	3,8	7.794	28,5	779	0,4	276
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,8	450	1,6	225	0,1	16
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	2,3	6.284	23,0	1.047	0,2	223
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,8	1.060	3,9	530	0,1	38
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	262	100	27.343	100	104,4	9,3	969,4

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.21.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Oliva.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	86	35,4	3.535	21,7	0	0,0	0	0,0	1	20,0	176	5,2	87	33,2	3.711	13,6
Equipamiento personal	50	20,6	3.149	19,3	0	0,0	0	0,0	1	20,0	40	1,2	51	19,5	3.189	11,7
Equipamiento del hogar	60	24,7	5.595	34,3	0	0,0	0	0,0	1	20,0	160	4,7	61	23,3	5.755	21,0
Otro comercio al por menor	45	18,5	3.575	21,9	6	42,9	319	4,2	0	0,0	0	0,0	51	19,5	3.894	14,2
Ocio y cultura	22	9,1	1.466	9,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	22	8,4	1.466	5,4
Tecnología	0	0,0	0	0,0	6	42,9	319	4,2	0	0,0	0	0,0	6	2,3	319	1,2
Otros productos ocasionales	23	9,5	2.109	12,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	23	8,8	2.109	7,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	40,0	3.000	88,9	2	0,8	3.000	11,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	40,0	3.000	88,9	2	0,8	3.000	11,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,8	450	2,8	8	57,1	7.344	95,8	0	0,0	0	0,0	10	3,8	7.794	28,5
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,8	450	2,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,8	450	1,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	42,9	6.284	82,0	0	0,0	0	0,0	6	2,3	6.284	23,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	14,3	1.060	13,8	0	0,0	0	0,0	2	0,8	1.060	3,9
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	243	100	16.304	100	14	100	7.663	100	5	100	3.376	100	262	100	27.343	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.22. Nodos basados en GEC. Alboraya.

3.22.1. Estructura comercial. Alboraya.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	112	37,1	4.342	10,2	39	4,8	187
Equipamiento personal	57	18,9	3.173	7,5	56	2,5	137
Equipamiento del hogar	53	17,5	4.940	11,6	93	2,3	213
Otro comercio al por menor	70	23,2	4.920	11,6	70	3,0	212
Ocio y cultura	29	9,6	1.378	3,2	48	1,2	59
Tecnología	14	4,6	827	1,9	59	0,6	36
Otros productos ocasionales	27	8,9	2.715	6,4	101	1,2	117
Medianas superficies especializadas	3	1,0	4.039	9,5	1.346	0,1	174
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,3	1.200	2,8	1.200	0,0	52
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,7	2.839	6,7	1.420	0,1	122
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,3	7.000	16,5	7.000	0,0	301
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,3	7.000	16,5	7.000	0,0	301
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	2,0	14.069	33,1	2.345	0,3	606
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	1,0	3.523	8,3	1.174	0,1	152
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,3	9.000	21,2	9.000	0,0	387
Autoservicios de descuento	2	0,7	1.546	3,6	773	0,1	67
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	302	100	42.483	100	140,7	13,0	1.829

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.22.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alboraya.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	106	39,6	3.828	24,5	0	0,0	0	0,0	6	27,3	514	2,4	112	37,1	4.342	10,2
Equipamiento personal	54	20,1	2.913	18,7	0	0,0	0	0,0	3	13,6	260	1,2	57	18,9	3.173	7,5
Equipamiento del hogar	53	19,8	4.940	31,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	53	17,5	4.940	11,6
Otro comercio al por menor	55	20,5	3.929	25,2	7	58,3	403	7,4	8	36,4	588	2,7	70	23,2	4.920	11,6
Ocio y cultura	28	10,4	1.248	8,0	0	0,0	0	0,0	1	4,5	130	0,6	29	9,6	1.378	3,2
Tecnología	1	0,4	40	0,3	7	58,3	403	7,4	6	27,3	384	1,8	14	4,6	827	1,9
Otros productos ocasionales	26	9,7	2.641	16,9	0	0,0	0	0,0	1	4,5	74	0,3	27	8,9	2.715	6,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	13,6	4.039	18,9	3	1,0	4.039	9,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,5	1.200	5,6	1	0,3	1.200	2,8
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	9,1	2.839	13,3	2	0,7	2.839	6,7
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,5	7.000	32,7	1	0,3	7.000	16,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,5	7.000	32,7	1	0,3	7.000	16,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	5	41,7	5.069	92,6	1	4,5	9.000	42,1	6	2,0	14.069	33,1
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	25,0	3.523	64,4	0	0,0	0	0,0	3	1,0	3.523	8,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,5	9.000	42,1	1	0,3	9.000	21,2
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	16,7	1.546	28,3	0	0,0	0	0,0	2	0,7	1.546	3,6
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	268	100	15.610	100	12	100	5.472	100	22	100	21.401	100	302	100	42.483	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.23. Nodos basados en GEC. Aldaia.

3.23.1. Estructura comercial. Aldaia.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	231	37,6	9.546	9,6	41	7,5	309
Equipamiento personal	113	18,4	12.582	12,6	111	3,7	408
Equipamiento del hogar	91	14,8	9.397	9,4	103	2,9	304
Otro comercio al por menor	150	24,4	11.174	11,2	74	4,9	362
Ocio y cultura	58	9,4	2.727	2,7	47	1,9	88
Tecnología	22	3,6	1.577	1,6	72	0,7	51
Otros productos ocasionales	70	11,4	6.870	6,9	98	2,3	223
Medianas superficies especializadas	16	2,6	21.408	21,5	1.338	0,5	693
... en Moda	10	1,6	12.492	12,5	1.249	0,3	405
... en Equipamiento del hogar	3	0,5	3.606	3,6	1.202	0,1	117
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	3	0,5	5.310	5,3	1.770	0,1	172
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	4	0,7	15.758	15,8	3.940	0,1	510
... en Moda	1	0,2	3.300	3,3	3.300	0,0	107
... en Equipamiento del hogar	2	0,3	8.708	8,7	4.354	0,1	282
... en Ocio y Cultura	1	0,2	3.750	3,8	3.750	0,0	121
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	9	1,5	19.848	19,9	2.205	0,3	643
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	4	0,7	4.464	4,5	1.116	0,1	145
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,2	12.800	12,8	12.800	0,0	415
Autoservicios de descuento	4	0,7	2.584	2,6	646	0,1	84
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	614	100	99.713	100	162,4	19,9	3.230

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.23.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Aldaia.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	222	46,5	8.569	32,3	0	0,0	0	0,0	9	7,6	977	1,5	231	37,6	9.546	9,6
Equipamiento personal	61	12,8	3.227	12,2	0	0,0	0	0,0	52	44,1	9.355	14,3	113	18,4	12.582	12,6
Equipamiento del hogar	85	17,8	7.743	29,2	0	0,0	0	0,0	6	5,1	1.654	2,5	91	14,8	9.397	9,4
Otro comercio al por menor	109	22,9	7.012	26,4	11	57,9	675	8,7	30	25,4	3.487	5,3	150	24,4	11.174	11,2
Ocio y cultura	53	11,1	2.165	8,2	1	5,3	20	0,3	4	3,4	542	0,8	58	9,4	2.727	2,7
Tecnología	1	0,2	78	0,3	0	0,0	0	0,0	11	9,3	844	1,3	12	3,6	1.577	1,6
Otros productos ocasionales	55	11,5	4.769	18,0	10	52,6	655	8,5	15	12,7	2.101	3,2	80	11,4	6.870	6,9
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	16	13,6	21.408	32,7	16	2,6	21.408	21,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	8,5	12.492	19,1	10	1,6	12.492	12,5
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	2,5	3.606	5,5	3	0,5	3.606	3,6
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	2,5	5.310	8,1	3	0,5	5.310	5,3
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	3,4	15.758	24,1	4	0,7	15.758	15,8
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,8	3.300	5,0	1	0,2	3.300	3,3
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	1,7	8.708	13,3	2	0,3	8.708	8,7
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,8	3.750	5,7	1	0,2	3.750	3,8
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	8	42,1	7.048	91,3	1	0,8	12.800	19,6	9	1,5	19.848	19,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	4	21,1	4.464	57,8	0	0,0	0	0,0	4	0,7	4.464	4,5
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,8	12.800	19,6	1	0,2	12.800	12,8
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	4	21,1	2.584	33,5	0	0,0	0	0,0	4	0,7	2.584	2,6
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	477	100	26.551	100	19	100	7.723	100	118	100	65.439	100	614	100	99.713	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.24. Nodos basados en GEC. Alfafar.

3.24.1. Estructura comercial. Alfafar.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	88	27,7	4.588	4,5	52	4,2	220
Equipamiento personal	51	16,0	6.918	6,8	136	2,4	332
Equipamiento del hogar	76	23,9	18.400	18,0	242	3,6	882
Otro comercio al por menor	66	20,8	6.369	6,2	97	3,2	305
Ocio y cultura	18	5,7	2.210	2,2	123	0,9	106
Tecnología	11	3,5	634	0,6	58	0,5	30
Otros productos ocasionales	37	11,6	3.525	3,4	95	1,8	169
Medianas superficies especializadas	23	7,2	30.821	30,1	1.340	1,1	1.478
... en Moda	4	1,3	5.184	5,1	1.296	0,2	249
... en Equipamiento del hogar	14	4,4	18.287	17,9	1.306	0,7	877
... en Ocio y Cultura	3	0,9	4.467	4,4	1.489	0,1	214
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	2	0,6	2.883	2,8	1.442	0,1	138
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	5	1,6	16.673	16,3	3.335	0,2	800
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	4	1,3	13.421	13,1	3.355	0,2	644
... en Ocio y Cultura	1	0,3	3.252	3,2	3.252	0,0	156
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	9	2,8	18.571	18,1	2.063	0,4	891
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,6	386	0,4	193	0,1	19
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	0,9	3.502	3,4	1.167	0,1	168
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,3	12.119	11,8	12.119	0,0	581
Autoservicios de descuento	3	0,9	2.564	2,5	855	0,1	123
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	318	100	102.340	100	321,8	15,3	4.908

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.24.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alfajar.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	84	37,0	4.062	17,2	0	0,0	0	0,0	4	5,0	526	0,7	88	27,7	4.588	4,5
Equipamiento personal	28	12,3	2.611	11,1	0	0,0	0	0,0	23	28,8	4.307	6,0	51	16,0	6.918	6,8
Equipamiento del hogar	66	29,1	13.154	55,8	0	0,0	0	0,0	10	12,5	5.246	7,2	76	23,9	18.400	18,0
Otro comercio al por menor	47	20,7	3.354	14,2	5	45,5	334	5,2	14	17,5	2.681	3,7	66	20,8	6.369	6,2
Ocio y cultura	12	5,3	417	1,8	0	0,0	0	0,0	6	7,5	1.793	2,5	18	5,7	2.210	2,2
Tecnología	2	0,9	49	0,2	0	0,0	0	0,0	4	5,0	251	0,3	6	3,5	634	0,6
Otros productos ocasionales	33	14,5	2.888	12,3	5	45,5	334	5,2	4	5,0	637	0,9	42	11,6	3.525	3,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	23	28,8	30.821	42,6	23	7,2	30.821	30,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	5,0	5.184	7,2	4	1,3	5.184	5,1
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	14	17,5	18.287	25,3	14	4,4	18.287	17,9
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	3,8	4.467	6,2	3	0,9	4.467	4,4
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	2,5	2.883	4,0	2	0,6	2.883	2,8
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	6,3	16.673	23,0	5	1,6	16.673	16,3
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	5,0	13.421	18,5	4	1,3	13.421	13,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,3	3.252	4,5	1	0,3	3.252	3,2
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,9	386	1,6	6	54,5	6.066	94,8	1	1,3	12.119	16,7	9	2,8	18.571	18,1
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,9	386	1,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,6	386	0,4
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	27,3	3.502	54,7	0	0,0	0	0,0	3	0,9	3.502	3,4
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,3	12.119	16,7	1	0,3	12.119	11,8
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	27,3	2.564	40,1	0	0,0	0	0,0	3	0,9	2.564	2,5
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	227	100	23.567	100	11	100	6.400	100	80	100	72.373	100	318	100	102.340	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.25. Nodos basados en GEC. Burjassot.

3.25.1. Estructura comercial. Burjassot.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	210	35,8	8.917	17,9	42	5,5	234
Equipamiento personal	89	15,2	6.040	12,1	68	2,3	158
Equipamiento del hogar	135	23,0	11.502	23,1	85	3,5	301
Otro comercio al por menor	138	23,5	6.863	13,8	50	3,6	180
Ocio y cultura	63	10,8	2.555	5,1	41	1,7	67
Tecnología	18	3,1	949	1,9	53	0,5	25
Otros productos ocasionales	57	9,7	3.359	6,7	59	1,5	88
Medianas superficies especializadas	1	0,2	740	1,5	740	0,0	19
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	740	1,5	740	0,0	19
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	2	0,3	5.800	11,7	2.900	0,1	152
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	3.000	6,0	3.000	0,0	79
... en Ocio y Cultura	1	0,2	2.800	5,6	2.800	0,0	73
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	11	1,9	9.911	19,9	901	0,3	260
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,3	514	1,0	257	0,1	13
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	1,0	5.590	11,2	932	0,2	146
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,2	2.828	5,7	2.828	0,0	74
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	0,3	979	2,0	490	0,1	26
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	586	100	49.773	100	84,9	15,4	1.304

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.25.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Burjassot.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	209	37,8	8.732	26,8	0	0,0	0	0,0	1	10,0	185	1,9	210	35,8	8.917	17,9
Equipamiento personal	87	15,7	5.920	18,2	0	0,0	0	0,0	2	20,0	120	1,2	89	15,2	6.040	12,1
Equipamiento del hogar	135	24,4	11.502	35,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	135	23,0	11.502	23,1
Otro comercio al por menor	120	21,7	5.909	18,1	15	65,2	757	10,3	3	30,0	197	2,0	138	23,5	6.863	13,8
Ocio y cultura	63	11,4	2.555	7,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	63	10,8	2.555	5,1
Tecnología	1	0,2	45	0,1	0	0,0	0	0,0	2	20,0	147	1,5	3	3,1	949	1,9
Otros productos ocasionales	56	10,1	3.309	10,2	15	65,2	757	10,3	1	10,0	50	0,5	72	9,7	3.359	6,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	740	7,5	1	0,2	740	1,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	740	7,5	1	0,2	740	1,5
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	20,0	5.800	58,8	2	0,3	5.800	11,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	3.000	30,4	1	0,2	3.000	6,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	2.800	28,4	1	0,2	2.800	5,6
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	0,4	514	1,6	8	34,8	6.569	89,7	1	10,0	2.828	28,7	11	1,9	9.911	19,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,4	514	1,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,3	514	1,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	26,1	5.590	76,3	0	0,0	0	0,0	6	1,0	5.590	11,2
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,2	2.828	5,7
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	10,0	2.828	28,7	1	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	8,7	979	13,4	0	0,0	0	0,0	2	0,3	979	2,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	553	100	32.577	100	23	100	7.326	100	10	100	9.870	100	586	100	49.773	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.26. Nodos basados en GEC. L'Eliana.

3.26.1. Estructura comercial. L'Eliana.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	54	25,1	2.308	4,4	43	3,1	133
Equipamiento personal	47	21,9	4.526	8,6	96	2,7	262
Equipamiento del hogar	53	24,7	10.742	20,5	203	3,1	621
Otro comercio al por menor	49	22,8	3.339	6,4	68	2,8	193
Ocio y cultura	19	8,8	1.004	1,9	53	1,1	58
Tecnología	9	4,2	400	0,8	44	0,5	23
Otros productos ocasionales	21	9,8	1.935	3,7	92	1,2	112
Medianas superficies especializadas	6	2,8	7.157	13,6	1.193	0,3	414
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	5	2,3	5.257	10,0	1.051	0,3	304
... en Ocio y Cultura	1	0,5	1.900	3,6	1.900	0,1	110
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,5	9.000	17,1	9.000	0,1	520
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,5	9.000	17,1	9.000	0,1	520
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	5	2,3	15.454	29,4	3.091	0,3	894
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	1,4	4.147	7,9	1.382	0,2	240
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,5	10.857	20,7	10.857	0,1	628
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	1	0,5	450	0,9	450	0,1	26
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	215	100	52.526	100	244,3	12,4	3.038

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.26.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. L'Eliana.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	48	34,3	1.916	18,9	0	0,0	0	0,0	6	9,2	392	1,0	54	25,1	2.308	4,4
Equipamiento personal	21	15,0	929	9,2	0	0,0	0	0,0	26	40,0	3.597	9,6	47	21,9	4.526	8,6
Equipamiento del hogar	38	27,1	5.590	55,2	0	0,0	0	0,0	15	23,1	5.152	13,7	53	24,7	10.742	20,5
Otro comercio al por menor	33	23,6	1.695	16,7	6	60,0	280	5,7	10	15,4	1.364	3,6	49	22,8	3.339	6,4
Ocio y cultura	16	11,4	595	5,9	0	0,0	0	0,0	3	4,6	409	1,1	19	8,8	1.004	1,9
Tecnología	0	0,0	0	0,0	6	60,0	280	5,7	3	4,6	120	0,3	9	4,2	400	0,8
Otros productos ocasionales	17	12,1	1.100	10,9	0	0,0	0	0,0	4	6,2	835	2,2	21	9,8	1.935	3,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	9,2	7.157	19,1	6	2,8	7.157	13,6
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	7,7	5.257	14,0	5	2,3	5.257	10,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,5	1.900	5,1	1	0,5	1.900	3,6
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,5	9.000	24,0	1	0,5	9.000	17,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,5	9.000	24,0	1	0,5	9.000	17,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	4	40,0	4.597	94,3	1	1,5	10.857	28,9	5	2,3	15.454	29,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	30,0	4.147	85,0	0	0,0	0	0,0	3	1,4	4.147	7,9
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,5	10.857	28,9	1	0,5	10.857	20,7
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	1	10,0	450	9,2	0	0,0	0	0,0	1	0,5	450	0,9
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	140	100	10.130	100	10	100	4.877	100	65	100	37.519	100	215	100	52.526	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.27. Nodos basados en GEC. Paterna.

3.27.1. Estructura comercial. Paterna.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	183	40,5	7.461	12,3	41	2,7	111
Equipamiento personal	58	12,8	3.441	5,7	59	0,9	51
Equipamiento del hogar	64	14,2	7.170	11,8	112	1,0	106
Otro comercio al por menor	127	28,1	8.806	14,5	69	1,9	131
Ocio y cultura	55	12,2	2.557	4,2	46	0,8	38
Tecnología	11	2,4	522	0,9	47	0,2	8
Otros productos ocasionales	61	13,5	5.727	9,4	94	0,9	85
Medianas superficies especializadas	3	0,7	3.566	5,9	1.189	0,0	53
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	2	0,4	2.666	4,4	1.333	0,0	40
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	900	1,5	900	0,0	13
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	1	0,2	7.000	11,5	7.000	0,0	104
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	1	0,2	7.000	11,5	7.000	0,0	104
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	16	3,5	23.193	38,2	1.450	0,2	344
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	4	0,9	760	1,3	190	0,1	11
Supermercados (400-2.500 m ²)	8	1,8	9.783	16,1	1.223	0,1	145
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,2	10.875	17,9	10.875	0,0	161
Autoservicios de descuento	3	0,7	1.775	2,9	592	0,0	26
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	452	100	60.637	100	134,2	6,7	900

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.27.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Paterna.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	177	42,9	6.857	26,3	0	0,0	0	0,0	6	30,0	604	2,7	183	40,5	7.461	12,3
Equipamiento personal	56	13,6	3.299	12,7	0	0,0	0	0,0	2	10,0	142	0,6	58	12,8	3.441	5,7
Equipamiento del hogar	63	15,3	7.070	27,2	0	0,0	0	0,0	1	5,0	100	0,4	64	14,2	7.170	11,8
Otro comercio al por menor	113	27,4	8.037	30,9	8	42,1	270	2,3	6	30,0	499	2,2	127	28,1	8.806	14,5
Ocio y cultura	52	12,6	2.310	8,9	1	5,3	1	0,0	2	10,0	246	1,1	55	12,2	2.557	4,2
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	2,4	522	0,9
Otros productos ocasionales	61	14,8	5.727	22,0	7	36,8	269	2,3	4	20,0	253	1,1	61	13,5	5.727	9,4
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	15,0	3.566	15,6	3	0,7	3.566	5,9
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	10,0	2.666	11,7	2	0,4	2.666	4,4
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	900	3,9	1	0,2	900	1,5
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	7.000	30,7	1	0,2	7.000	11,5
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	7.000	30,7	1	0,2	7.000	11,5
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	4	1,0	760	2,9	11	57,9	11.558	97,7	1	5,0	10.875	47,7	16	3,5	23.193	38,2
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	4	1,0	760	2,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,9	760	1,3
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	8	42,1	9.783	82,7	0	0,0	0	0,0	8	1,8	9.783	16,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	10.875	47,7	1	0,2	10.875	17,9
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	15,8	1.775	15,0	0	0,0	0	0,0	3	0,7	1.775	2,9
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	413	100	26.023	100	19	100	11.828	100	20	100	22.786	100	452	100	60.637	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.28. Nodos basados en GEC. Xirivella.

3.28.1. Estructura comercial. Xirivella.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	178	42,3	6.471	12,6	36	5,9	214
Equipamiento personal	74	17,6	6.498	12,7	88	2,4	215
Equipamiento del hogar	65	15,4	6.146	12,0	95	2,2	203
Otro comercio al por menor	88	20,9	4.471	8,7	51	2,9	148
Ocio y cultura	40	9,5	2.014	3,9	50	1,3	67
Tecnología	14	3,3	534	1,0	38	0,5	18
Otros productos ocasionales	34	8,1	1.923	3,8	57	1,1	64
Medianas superficies especializadas	7	1,7	6.213	12,1	888	0,2	206
... en Moda	1	0,2	946	1,8	946	0,0	31
... en Equipamiento del hogar	2	0,5	1.852	3,6	926	0,1	61
... en Ocio y Cultura	3	0,7	2.815	5,5	938	0,1	93
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	0,2	600	1,2	600	0,0	20
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	9	2,1	21.466	41,9	2.385	0,3	710
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	6	1,4	4.793	9,3	799	0,2	159
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	1	0,2	15.835	30,9	15.835	0,0	524
Autoservicios de descuento	2	0,5	838	1,6	419	0,1	28
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	421	100	51.265	100	121,8	13,9	1.696,8

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.28.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Xirivella.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	168	50,6	5.226	33,1	0	0,0	0	0,0	10	14,1	1.245	4,2	178	42,3	6.471	12,6
Equipamiento personal	45	13,6	2.532	16,0	0	0,0	0	0,0	29	40,8	3.966	13,5	74	17,6	6.498	12,7
Equipamiento del hogar	57	17,2	5.302	33,6	0	0,0	0	0,0	8	11,3	844	2,9	65	15,4	6.146	12,0
Otro comercio al por menor	62	18,7	2.724	17,3	10	55,6	369	6,2	16	22,5	1.378	4,7	88	20,9	4.471	8,7
Ocio y cultura	33	9,9	1.127	7,1	0	0,0	0	0,0	7	9,9	887	3,0	40	9,5	2.014	3,9
Tecnología	0	0,0	0	0,0	10	55,6	369	6,2	4	5,6	165	0,6	14	3,3	534	1,0
Otros productos ocasionales	29	8,7	1.597	10,1	0	0,0	0	0,0	5	7,0	326	1,1	34	8,1	1.923	3,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	9,9	6.213	21,1	7	1,7	6.213	12,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,4	946	3,2	1	0,2	946	1,8
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	2,8	1.852	6,3	2	0,5	1.852	3,6
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	4,2	2.815	9,5	3	0,7	2.815	5,5
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,4	600	2,0	1	0,2	600	1,2
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	8	44,4	5.631	93,9	1	1,4	15.835	53,7	9	2,1	21.466	41,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	6	33,3	4.793	79,9	0	0,0	0	0,0	6	1,4	4.793	9,3
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,4	15.835	53,7	1	0,2	15.835	30,9
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	11,1	838	14,0	0	0,0	0	0,0	2	0,5	838	1,6
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	332	100	15.784	100	18	100	6.000	100	71	100	29.481	100	421	100	51.265	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.29. Nodos basados en GEC. Massalfassar.

3.29.1. Estructura comercial. Massalfassar.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	11	35,5	596	6,2	54	4,6	250
Equipamiento personal	2	6,5	516	5,4	258	0,8	216
Equipamiento del hogar	5	16,1	900	9,3	180	2,1	377
Otro comercio al por menor	8	25,8	541	5,6	68	3,4	227
Ocio y cultura	2	6,5	38	0,4	19	0,8	16
Tecnología	3	9,7	330	3,4	110	1,3	138
Otros productos ocasionales	3	9,7	173	1,8	58	1,3	72
Medianas superficies especializadas	3	9,7	1.995	20,7	665	1,3	835
... en Moda	2	6,5	1.395	14,5	698	0,8	584
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	3,2	600	6,2	600	0,4	251
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	6,5	5.085	52,8	2.543	0,8	2.129
Autoservicios (40-120 m ²)	1	3,2	85	0,9	85	0,4	36
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	3,2	5.000	51,9	5.000	0,4	2.094
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	31	100	9.633	100	310,7	13,0	4.033,9

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.29.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Massalfassar.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	12	57,1	681	41,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12	38,7	681	7,1
Equipamiento personal	1	4,8	16	1,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	500	6,3	2	6,5	516	5,4
Equipamiento del hogar	4	19,0	810	49,7	0	0,0	0	0,0	1	11,1	90	1,1	5	16,1	900	9,3
Otro comercio al por menor	4	19,0	123	7,5	1	100	50	100	3	33,3	368	4,6	8	25,8	541	5,6
Ocio y cultura	2	9,5	38	2,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	6,5	38	0,4
Tecnología	0	0,0	0	0,0	1	100	50	100	2	22,2	280	3,5	3	9,7	330	3,4
Otros productos ocasionales	2	9,5	85	5,2	0	0,0	0	0,0	1	11,1	88	1,1	3	9,7	173	1,8
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	33,3	1.995	25,1	3	9,7	1.995	20,7
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	22,2	1.395	17,5	2	6,5	1.395	14,5
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	600	7,5	1	3,2	600	6,2
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	5.000	62,9	1	3,2	5.000	51,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	11,1	5.000	62,9	1	3,2	5.000	51,9
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	21	100	1.630	100	1	100	50	100	9	100	7.953	100	31	100	9.633	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.30. Nodos basados en GEC. Sedavi.

3.30.1. Estructura comercial. Sedavi.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	32	32,3	1.532	5,9	48	3,1	150
Equipamiento personal	12	12,1	1.442	5,5	120	1,2	142
Equipamiento del hogar	17	17,2	2.619	10,0	154	1,7	257
Otro comercio al por menor	25	25,3	2.045	7,8	82	2,5	201
Ocio y cultura	10	10,1	473	1,8	47	1,0	46
Tecnología	3	3,0	225	0,9	75	0,3	22
Otros productos ocasionales	12	12,1	1.347	5,2	112	1,2	132
Medianas superficies especializadas	8	8,1	10.741	41,1	1.343	0,8	1.054
... en Moda	1	1,0	755	2,9	755	0,1	74
... en Equipamiento del hogar	6	6,1	8.968	34,3	1.495	0,6	880
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	1,0	1.018	3,9	1.018	0,1	100
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	2	2,0	5.277	20,2	2.639	0,2	518
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	1	1,0	2.650	10,2	2.650	0,1	260
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	1,0	2.627	10,1	2.627	0,1	258
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	3,0	2.452	9,4	817	0,3	241
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	1,0	160	0,6	160	0,1	16
Supermercados (400-2.500 m ²)	2	2,0	2.292	8,8	1.146	0,2	225
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	99	100	26.108	100	263,7	9,7	2.563,1

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.30.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Sedavi.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	32	38,6	1.532	21,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	32	32,3	1.532	5,9
Equipamiento personal	11	13,3	942	13,3	0	0,0	0	0,0	1	9,1	500	3,0	12	12,1	1.442	5,5
Equipamiento del hogar	17	20,5	2.619	37,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	17	17,2	2.619	10,0
Otro comercio al por menor	22	26,5	1.820	25,7	3	60,0	225	8,9	0	0,0	0	0,0	25	25,3	2.045	7,8
Ocio y cultura	10	12,0	473	6,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	10,1	473	1,8
Tecnología	0	0,0	0	0,0	3	60,0	225	8,9	0	0,0	0	0,0	3	3,0	225	0,9
Otros productos ocasionales	12	14,5	1.347	19,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12	12,1	1.347	5,2
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	8	72,7	10.741	65,0	8	8,1	10.741	41,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	9,1	755	4,6	1	1,0	755	2,9
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	54,5	8.968	54,3	6	6,1	8.968	34,3
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	9,1	1.018	6,2	1	1,0	1.018	3,9
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	18,2	5.277	31,9	2	2,0	5.277	20,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	9,1	2.650	16,0	1	1,0	2.650	10,2
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	9,1	2.627	15,9	1	1,0	2.627	10,1
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	1,2	160	2,3	2	40,0	2.292	91,1	0	0,0	0	0,0	3	3,0	2.452	9,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	1,2	160	2,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,0	160	0,6
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	2	40,0	2.292	91,1	0	0,0	0	0,0	2	2,0	2.292	8,8
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	83	100	7.073	100	5	100	2.517	100	11	100	16.518	100	99	100	26.108	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.31. Nodos basados en GEC. Alquilería de la Comtessa.

3.31.1. Estructura comercial. Alquilería de la Comtessa.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	7	58,3	211	5,3	30	4,6	140
Equipamiento personal	1	8,3	355	9,0	355	0,7	235
Equipamiento del hogar	1	8,3	640	16,1	640	0,7	424
Otro comercio al por menor	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Ocio y cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Otros productos ocasionales	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Medianas superficies especializadas	1	8,3	760	19,2	760	0,7	504
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	1	8,3	760	19,2	760	0,7	504
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	16,7	2.000	50,4	1.000	1,3	1.326
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	2	16,7	2.000	50,4	1.000	1,3	1.326
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	12	100	3.966	100	330,5	8,0	2.630,0

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.31.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Alquilería de la Comtessa.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	7	87,5	211	24,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	58,3	211	5,3
Equipamiento personal	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	355	31,8	1	8,3	355	9,0
Equipamiento del hogar	1	12,5	640	75,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	8,3	640	16,1
Otro comercio al por menor	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Ocio y cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros productos ocasionales	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	760	68,2	1	8,3	760	19,2
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	50,0	760	68,2	1	8,3	760	19,2
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	2	100	2.000	100	0	0,0	0	0,0	2	16,7	2.000	50,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	2	100	2.000	100	0	0,0	0	0,0	2	16,7	2.000	50,4
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	8	100	851	100	2	100	2.000	100	2	100	1.115	100	12	100	3.966	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.32. Nodos de interior. Ademuz.

3.32.1. Estructura comercial. Ademuz.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	13	61,9	378	30,2	29	10,3	300
Equipamiento personal	1	4,8	30	2,4	30	0,8	24
Equipamiento del hogar	4	19,0	772	61,8	193	3,2	614
Otro comercio al por menor	3	14,3	70	5,6	23	2,4	56
Ocio y cultura	1	4,8	15	1,2	15	0,8	12
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Otros productos ocasionales	2	9,5	55	4,4	28	1,6	44
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	21	100	1.250	100	59,5	16,7	993,6

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.32.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Ademuz.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	13	86,7	378	89,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	13	61,9	378	30,2
Equipamiento personal	1	6,7	30	7,1	2	33,3	55	6,7	0	0,0	0	0,0	3	14,3	85	6,8
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	4	66,7	772	93,3	0	0,0	0	0,0	4	19,0	772	61,8
Otro comercio al por menor	1	6,7	15	3,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	4,8	15	1,2
Ocio y cultura	1	6,7	15	3,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	1,2	1	4,8	15	1,2
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros productos ocasionales	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	15	100	423	100	6	100	827	100	0	0,0	0	0,0	21	100	1.250	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.33. Nodos de interior. Ayora.

3.33.1. Estructura comercial. Ayora.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	42	42,0	1.430	25,8	34	7,7	263
Equipamiento personal	18	18,0	751	13,5	42	3,3	138
Equipamiento del hogar	18	18,0	760	13,7	42	3,3	140
Otro comercio al por menor	20	20,0	1.480	26,7	74	3,7	272
Ocio y cultura	6	6,0	246	4,4	41	1,1	45
Tecnología	2	2,0	104	1,9	52	0,4	19
Otros productos ocasionales	12	12,0	1.130	20,3	94	2,2	208
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	2,0	1.132	20,4	566	0,4	208
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	1,0	160	2,9	160	0,2	29
Supermercados (400-2.500 m ²)	1	1,0	972	17,5	972	0,2	179
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	100	100	5.553	100	55,5	18,4	1.021

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.33.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Ayora.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	42	58,3	1.430	50,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	42	42,0	1.430	25,8
Equipamiento personal	18	25,0	751	26,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	18	18,0	751	13,5
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	18	78,3	760	49,7	0	0,0	0	0,0	18	18,0	760	13,7
Otro comercio al por menor	11	15,3	496	17,5	5	21,7	770	50,3	4	80,0	214	18,0	20	20,0	1.480	26,7
Ocio y cultura	4	5,6	136	4,8	5	21,7	770	50,3	2	40,0	110	9,3	11	6,0	246	4,4
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	40,0	104	8,8	2	2,0	104	1,9
Otros productos ocasionales	7	9,7	360	12,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	12,0	1.130	20,3
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	1,4	160	5,6	0	0,0	0	0,0	1	20,0	972	82,0	2	2,0	1.132	20,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	1,4	160	5,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	1,0	160	2,9
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	20,0	972	82,0	1	1,0	972	17,5
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	72	100	2.837	100	23	100	1.530	100	5	100	1.186	100	100	100	5.553	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.34. Nodos de interior. Chelva.

3.34.1. Estructura comercial. Chelva.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	12	60,0	569	58,1	47	7,4	350
Equipamiento personal	2	10,0	65	6,6	33	1,2	40
Equipamiento del hogar	1	5,0	40	4,1	40	0,6	25
Otro comercio al por menor	4	20,0	118	12,1	30	2,5	73
Ocio y cultura	3	15,0	68	6,9	23	1,8	42
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Otros productos ocasionales	1	5,0	50	5,1	50	0,6	31
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	5,0	187	19,1	187	0,6	115
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	5,0	187	19,1	187	0,6	115
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	20	100	979	100	49,0	12,3	601,7

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.34.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Chelva.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	12	66,7	569	64,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12	60,0	569	58,1
Equipamiento personal	2	11,1	65	7,3	1	50,0	40	44,4	0	0,0	0	0,0	2	10,0	65	6,6
Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	40	4,1
Otro comercio al por menor	3	16,7	68	7,6	1	50,0	50	55,6	0	0,0	0	0,0	4	20,0	118	12,1
Ocio y cultura	3	16,7	68	7,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	15,0	68	6,9
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros productos ocasionales	0	0,0	0	0,0	1	50,0	50	55,6	0	0,0	0	0,0	1	5,0	50	5,1
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	5,6	187	21,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	187	19,1
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	5,6	187	21,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,0	187	19,1
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	18	100	889	100	2	100	90	100	0	0,0	0	0,0	20	100	979	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.35. Nodos turísticos litorales. Cullera.

3.35.1. Estructura comercial. Cullera.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	152	34,9	6.140	14,9	40	6,7	270
Equipamiento personal	102	23,4	5.980	14,5	59	4,5	263
Equipamiento del hogar	86	19,8	8.320	20,2	97	3,8	366
Otro comercio al por menor	85	19,5	4.938	12,0	58	3,7	217
Ocio y cultura	32	7,4	1.392	3,4	44	1,4	61
Tecnología	15	3,4	684	1,7	46	0,7	30
Otros productos ocasionales	38	8,7	2.862	7,0	75	1,7	126
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	10	2,3	15.788	38,4	1.579	0,4	694
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,2	280	0,7	280	0,0	12
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	1,1	7.882	19,1	1.576	0,2	347
Maxisuper (+2.500 m ²)	1	0,2	5.128	12,5	5.128	0,0	226
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	3	0,7	2.498	6,1	833	0,1	110
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	435	100	41.166	100	94,6	19,1	1.810,6

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.35.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Cullera.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	145	36,4	5.779	25,0	0	0,0	0	0,0	7	38,9	361	5,1	152	34,9	6.140	14,9
Equipamiento personal	100	25,1	5.796	25,0	0	0,0	0	0,0	2	11,1	184	2,6	102	23,4	5.980	14,5
Equipamiento del hogar	84	21,1	7.685	33,2	0	0,0	0	0,0	2	11,1	635	8,9	86	19,8	8.320	20,2
Otro comercio al por menor	68	17,1	3.605	15,6	11	57,9	541	5,0	6	33,3	792	11,2	85	19,5	4.938	12,0
Ocio y cultura	30	7,5	1.324	5,7	2	10,5	68	0,6	0	0,0	0	0,0	32	7,4	1.392	3,4
Tecnología	2	0,5	34	0,1	9	47,4	473	4,3	4	22,2	177	2,5	15	3,4	684	1,7
Otros productos ocasionales	36	9,0	2.247	9,7	0	0,0	0	0,0	2	11,1	615	8,7	38	8,7	2.862	7,0
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	1	0,3	280	1,2	8	42,1	10.380	95,0	1	5,6	5.128	72,2	10	2,3	15.788	38,4
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	1	0,3	280	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,2	280	0,7
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	26,3	7.882	72,2	0	0,0	0	0,0	5	1,1	7.882	19,1
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	5,6	5.128	72,2	1	0,2	5.128	12,5
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	3	15,8	2.498	22,9	0	0,0	0	0,0	3	0,7	2.498	6,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	398	100	23.145	100	19	100	10.921	100	18	100	7.100	100	435	100	41.166	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.36. Nodos turísticos litorales. La Pobla de Farnals.

3.36.1. Estructura comercial. La Pobla de Farnals.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	41	45,1	1.914	29,7	47	5,3	249
Equipamiento personal	13	14,3	512	8,0	39	1,7	67
Equipamiento del hogar	17	18,7	1.139	17,7	67	2,2	148
Otro comercio al por menor	18	19,8	691	10,7	38	2,3	90
Ocio y cultura	14	15,4	534	8,3	38	1,8	70
Tecnología	1	1,1	50	0,8	50	0,1	7
Otros productos ocasionales	3	3,3	107	1,7	36	0,4	14
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	2,2	2.181	33,9	1.091	0,3	284
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	1	1,1	1.459	22,7	1.459	0,1	190
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	1,1	722	11,2	722	0,1	94
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	91	100	6.437	100	70,7	11,9	838,5

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.36.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. La Población de Farnals.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	41	47,1	1.914	45,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	41	45,1	1.914	29,7
Equipamiento personal	12	13,8	477	11,4	0	0,0	0	0,0	1	100	35	100	13	14,3	512	8,0
Equipamiento del hogar	17	19,5	1.139	27,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	17	18,7	1.139	17,7
Otro comercio al por menor	17	19,5	641	15,4	1	33,3	50	2,2	0	0,0	0	0,0	18	19,8	691	10,7
Ocio y cultura	14	16,1	534	12,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	14	15,4	534	8,3
Tecnología	0	0,0	0	0,0	1	33,3	50	2,2	0	0,0	0	0,0	1	1,1	50	0,8
Otros productos ocasionales	3	3,4	107	2,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	3,3	107	1,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	2	66,7	2.181	97,8	0	0,0	0	0,0	2	2,2	2.181	33,9
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	1	33,3	1.459	65,4	0	0,0	0	0,0	1	1,1	1.459	22,7
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	33,3	722	32,4	0	0,0	0	0,0	1	1,1	722	11,2
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	87	100	4.171	100	3	100	2.231	100	1	100	35	100	91	100	6.437	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.37. Nodos turísticos litorales. Tavernes de la Valligna.

3.37.1. Estructura comercial. Tavernes de la Valligna.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	129	40,3	5.474	18,2	42	7,1	302
Equipamiento personal	56	17,5	2.989	9,9	53	3,1	165
Equipamiento del hogar	66	20,6	8.042	26,8	122	3,6	443
Otro comercio al por menor	57	17,8	3.308	11,0	58	3,1	182
Ocio y cultura	17	5,3	734	2,4	43	0,9	40
Tecnología	11	3,4	608	2,0	55	0,6	34
Otros productos ocasionales	29	9,1	1.966	6,5	68	1,6	108
Medianas superficies especializadas	3	0,9	4.251	14,1	1.417	0,2	234
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	3	0,9	4.251	14,1	1.417	0,2	234
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	9	2,8	5.979	19,9	664	0,5	330
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	85	0,3	85	0,1	5
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,6	450	1,5	225	0,1	25
Supermercados (400-2.500 m ²)	5	1,6	4.804	16,0	961	0,3	265
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	1	0,3	640	2,1	640	0,1	35
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	320	100	30.043	100	93,9	17,6	1.656,4

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.37.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Tavernes de la Valldigna.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	125	42,5	5.100	26,7	0	0,0	0	0,0	4	40,0	374	7,6	129	40,3	5.474	18,2
Equipamiento personal	56	19,0	2.989	15,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	56	17,5	2.989	9,9
Equipamiento del hogar	64	21,8	7.772	40,6	0	0,0	0	0,0	2	20,0	270	5,5	66	20,6	8.042	26,8
Otro comercio al por menor	46	15,6	2.740	14,3	10	62,5	528	8,8	1	10,0	40	0,8	57	17,8	3.308	11,0
Ocio y cultura	16	5,4	674	3,5	1	6,3	60	1,0	0	0,0	0	0,0	17	5,3	734	2,4
Tecnología	1	0,3	100	0,5	9	56,3	468	7,8	1	10,0	40	0,8	11	3,4	608	2,0
Otros productos ocasionales	29	9,9	1.966	10,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	29	9,1	1.966	6,5
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	30,0	4.251	86,1	3	0,9	4.251	14,1
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	30,0	4.251	86,1	3	0,9	4.251	14,1
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	1,0	535	2,8	6	37,5	5.444	91,2	0	0,0	0	0,0	9	2,8	5.979	19,9
Autoservicios (40-120 m ²)	1	0,3	85	0,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,3	85	0,3
Superservicios (121-399 m ²)	2	0,7	450	2,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,6	450	1,5
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	5	31,3	4.804	80,4	0	0,0	0	0,0	5	1,6	4.804	16,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	1	6,3	640	10,7	0	0,0	0	0,0	1	0,3	640	2,1
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	294	100	19.136	100	16	100	5.972	100	10	100	4.935	100	320	100	30.043	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.38. Nodos turísticos litorales. Xeraco.

3.38.1. Estructura comercial. Xeraco.							
Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	32	44,4	1.463	20,9	46	5,1	235
Equipamiento personal	7	9,7	396	5,6	57	1,1	64
Equipamiento del hogar	11	15,3	1.069	15,2	97	1,8	172
Otro comercio al por menor	16	22,2	779	11,1	49	2,6	125
Ocio y cultura	7	9,7	350	5,0	50	1,1	56
Tecnología	2	2,8	100	1,4	50	0,3	16
Otros productos ocasionales	7	9,7	329	4,7	47	1,1	53
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	6	8,3	3.306	47,1	551	1,0	531
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	3	4,2	906	12,9	302	0,5	145
Supermercados (400-2.500 m ²)	3	4,2	2.400	34,2	800	0,5	385
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	72	100	7.013	100	97,4	11,6	1.125,7

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.38.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Xeraco.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	32	48,5	1.463	32,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	32	44,4	1.463	20,9
Equipamiento personal	7	10,6	396	8,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	9,7	396	5,6
Equipamiento del hogar	10	15,2	1.014	22,7	0	0,0	0	0,0	1	100	55	100	11	15,3	1.069	15,2
Otro comercio al por menor	14	21,2	679	15,2	2	40,0	100	4,0	0	0,0	0	0,0	16	22,2	779	11,1
Ocio y cultura	7	10,6	350	7,9	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	9,7	350	5,0
Tecnología	0	0,0	0	0,0	2	40,0	100	4,0	0	0,0	0	0,0	2	2,8	100	1,4
Otros productos ocasionales	7	10,6	329	7,4	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	9,7	329	4,7
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	3	4,5	906	20,3	3	60,0	2.400	96,0	0	0,0	0	0,0	6	8,3	3.306	47,1
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	3	4,5	906	20,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	4,2	906	12,9
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	3	60,0	2.400	96,0	0	0,0	0	0,0	3	4,2	2.400	34,2
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	66	100	4.458	100	5	100	2.500	100	1	100	55	100	72	100	7.013	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

3.39. Nodos turísticos litorales. Canet d'En Berenguer.

3.39.1. Estructura comercial. Canet d'En Berenguer.

Grupos de actividad	Puntos de venta		Superficie de venta		Indicadores comerciales		
	Número	%	(m ²)	%	Tamaño medio	IDC	ISC
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	15	51,7	877	20,8	58	2,5	146
Equipamiento personal	2	6,9	89	2,1	45	0,3	15
Equipamiento del hogar	1	3,4	70	1,7	70	0,2	12
Otro comercio al por menor	9	31,0	405	9,6	45	1,5	67
Ocio y cultura	6	20,7	123	2,9	21	1,0	20
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Otros productos ocasionales	3	10,3	282	6,7	94	0,5	47
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Comercio mixto al por menor, por secciones	2	6,9	2.774	65,8	1.387	0,3	461
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Supermercados (400-2.500 m ²)	2	6,9	2.774	65,8	1.387	0,3	461
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0
Total	29	100	4.215	100	145,3	4,8	700,9

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket 2012).

3.39.2. Estructura comercial en base a su grado de influencia territorial. Canet d'En Berenguer.

Grupos de actividad	Comercio de proximidad				Comercio local				Comercio de atracción				Total comercio minorista			
	Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta		Puntos de venta		Superficie de venta	
	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%	Número	%	(m ²)	%
Productos de alimentación, bebidas y perfumería	15	55,6	877	60,9	0	0,0	0	0,0	15	51,7	877	20,8	15	55,6	877	60,9
Equipamiento personal	2	7,4	89	6,2	0	0,0	0	0,0	2	6,9	89	2,1	2	7,4	89	6,2
Equipamiento del hogar	1	3,7	70	4,9	0	0,0	0	0,0	1	3,4	70	1,7	1	3,7	70	4,9
Otro comercio al por menor	9	33,3	405	28,1	0	0,0	0	0,0	9	31,0	405	9,6	9	33,3	405	28,1
Ocio y cultura	6	22,2	123	8,5	0	0,0	0	0,0	6	20,7	123	2,9	6	22,2	123	8,5
Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Otros productos ocasionales	3	11,1	282	19,6	0	0,0	0	0,0	3	10,3	282	6,7	3	11,1	282	19,6
Medianas superficies especializadas	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes superficies especializadas (+2.500 m²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Moda	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Equipamiento del hogar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Ocio y Cultura	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Tecnología	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
... en Otros productos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Comercio mixto al por menor, por secciones	0	0,0	0	0,0	2	100	2.774	100	2	6,9	2.774	65,8	0	0,0	0	0,0
Autoservicios (40-120 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Superservicios (121-399 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Supermercados (400-2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	2	100	2.774	100	2	6,9	2.774	65,8	0	0,0	0	0,0
Maxisuper (+2.500 m ²)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Hipermercados	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Autoservicios de descuento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Tiendas de conveniencia	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Grandes almacenes	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	27	100	1.441	100	2	100	2.774	100	29	100	4.215	100	27	100	1.441	100

Fuente: Oficina Comercio y Territorio - PATECO a partir de datos del Registro de Actividades Comerciales, Supermercados y autoservicios de descuento (Alimarket. Mayo 2012).

