

# Estudio de Oferta y Demanda Comercial en Andalucía

## Informe Ejecutivo



Junta de Andalucía

Consejería de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo

—

Dirección General de Comercio

# Índice

---

<b>1.- Introducción</b>	<b>03</b>
<b>2.- Metodología para la elaboración del estudio</b>	<b>06</b>
<b>3.- Análisis de la situación actual de Andalucía</b>	<b>08</b>
<b>4.- La oferta y la demanda comercial en Andalucía</b>	<b>13</b>
<b>5.- La oferta y la demanda comercial en las provincias</b>	<b>23</b>
5.1.- Almería	24
5.2.- Cádiz	27
5.3.- Córdoba	30
5.4.- Granada	33
5.5.- Huelva	36
5.6.- Jaén	39
5.7.- Málaga	42
5.8.- Sevilla	46

# 1. Introducción



Junta de Andalucía

## Contexto

El presente documento se contempla dentro de las actuaciones reflejadas en el **VII Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía 2023-2026**, estrategia diseñada para impulsar el comercio interior en la región andaluza. El plan se enfoca en 2 objetivos estratégicos:



Fomentar el crecimiento y consolidación, puesta en valor del sector comercial



Impulsar la competitividad: Hacia una transición digital y verde del sector comercial

Fomentar el crecimiento, la consolidación del sector, considerando factores como la digitalización y una mayor concienciación medioambiental así como una formación permanente de las personas comerciantes, es el objetivo general del VII Plan Integral para el Fomento del Comercio Interior de Andalucía, dirigido a la modernización del comercio andaluz, tratando de eliminar los efectos discriminatorios y fomentar la igualdad de género. Bajo esta directriz, surge el presente estudio de **la oferta y la demanda comercial en Andalucía**, así como de **la correlación existente entre dichas variables en la región**.

Este estudio plantea realizar un **análisis cualitativo y cuantitativo** holístico e integral, adaptado a la nueva realidad postpandemia, a las circunstancias particulares andaluzas y a las tendencias comerciales, teniendo en cuenta el contexto asociado a cada región y con el objetivo de plasmar de forma correcta e informativa la correlación entre la oferta y la demanda comercial en Andalucía.



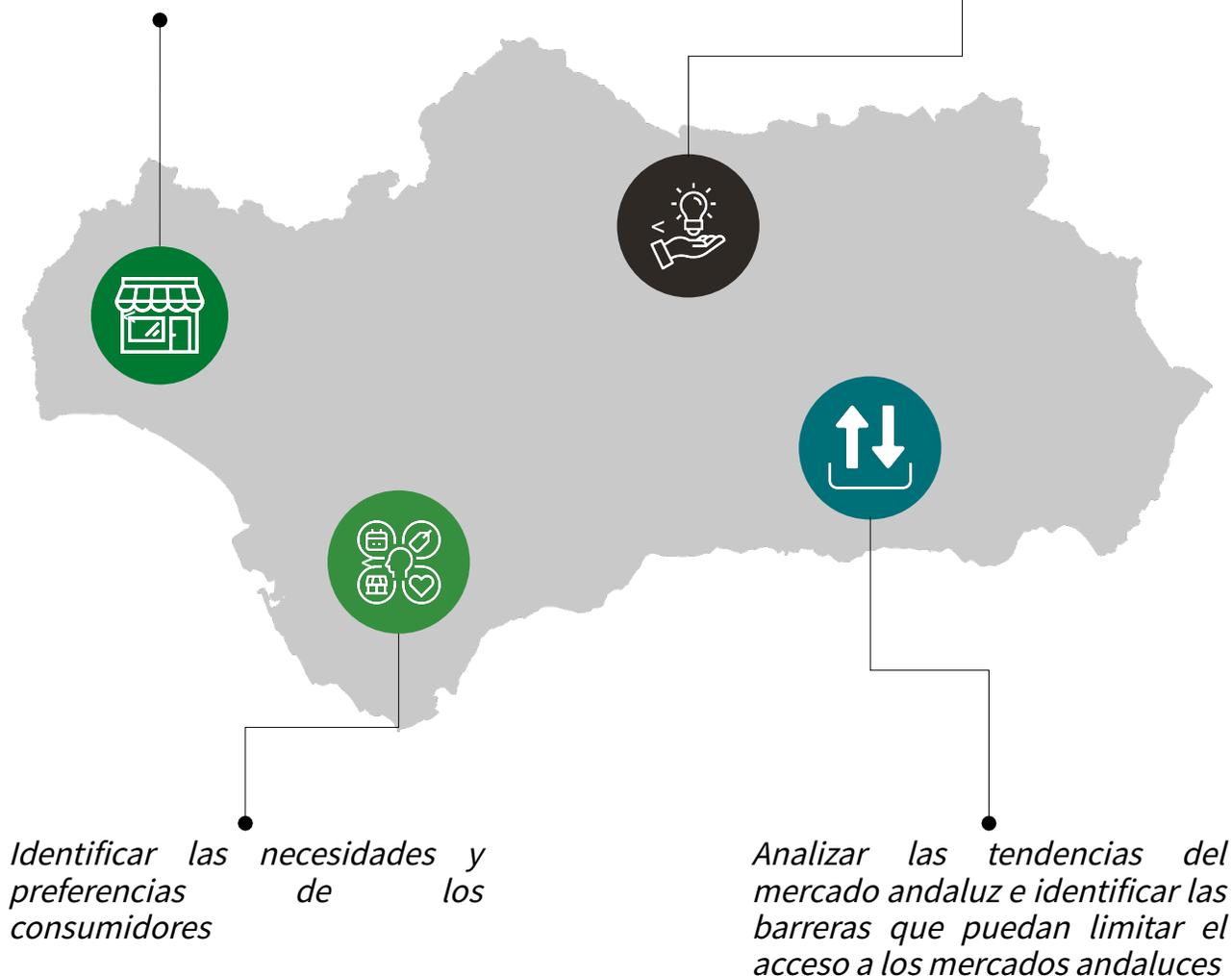
## Objetivos del estudio

El Estudio de la Oferta y la Demanda comercial en Andalucía se fundamenta en la idea de aumentar el conocimiento de la realidad de la oferta y demanda comercial en la comunidad autónoma, teniendo en consideración las características particulares de cada zona y con el objetivo de fomentar la adopción de políticas públicas eficaces y eficientes, así como la toma de decisiones estratégicas por parte del propio sector comercial andaluz. Entre los **objetivos específicos** del estudio se encuentran:

*Ilustración 1: Objetivos del Estudio de la Oferta y la Demanda en Andalucía.*

*Conocer las características del sector comercial en Andalucía en comparación con España y la Unión Europea*

*Identificar nuevas oportunidades de negocio en el sector comercial*



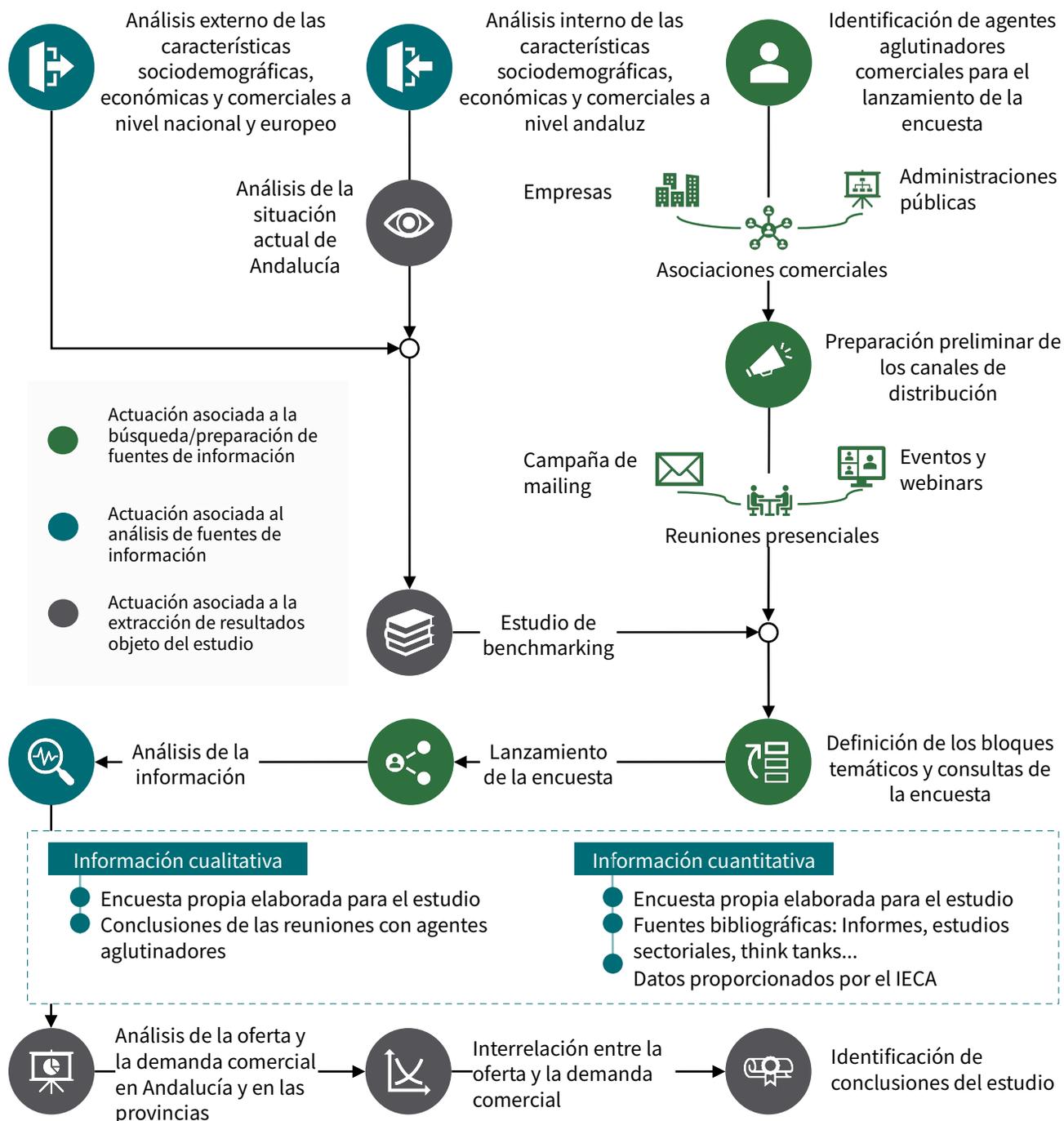
# 2. Metodología para la elaboración del estudio

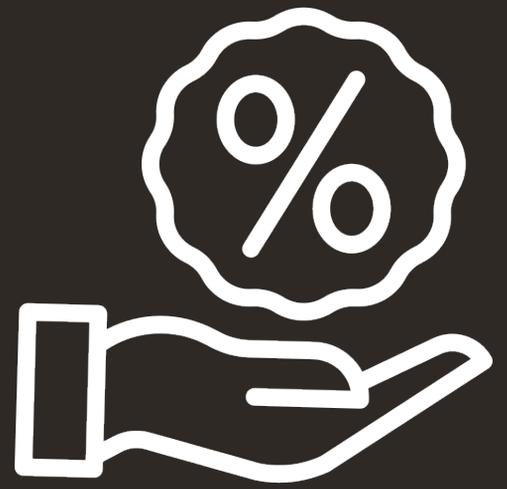


Junta de Andalucía

# Metodología para la elaboración del estudio

Con el objetivo de mostrar las consideraciones y actuaciones realizadas para la elaboración del estudio, así como para estructurar la posterior exposición de los resultados, a continuación, se proceden a detallar todos aquellos factores recogidos en la planificación, gestión y desarrollo del presente estudio:





# 3. Análisis de la situación actual andaluza



# Introducción

En línea con la metodología previamente expuesta, el presente estudio de la oferta y la demanda comercial en Andalucía parte de un análisis de las características sociodemográficas, económicas y comerciales, tanto a nivel externo en el ámbito nacional y europeo como a nivel interno en el ámbito propiamente endógeno de Andalucía. Esta primera etapa de análisis tiene como objetivo principal obtener un diagnóstico y la contextualización necesaria de la situación actual de Andalucía, en comparación con otros territorios a nivel nacional y europeo.

En este sentido, el análisis interno se basa en la obtención de las principales variables demográficas, económicas, sociales y comerciales que permitan contextualizar e identificar la situación actual, evaluando las principales implicaciones que podría suponer dicha situación en la oferta y la demanda comercial en Andalucía. Bajo esa premisa, el análisis interno realizado contempla las siguientes variables fundamentales:

- **Características Sociodemográficas** – Son el conjunto de variables que tienen como objetivo definir y caracterizar a la población sujeta a estudio, orientadas a analizar tanto las características propias de las personas como la estructura poblacional existente en la región y otros factores involucrados. En este sentido, se dispone como objetivo identificar todos aquellos factores que posibiliten obtener una visión global de los potenciales consumidores en la región, facilitando el posterior entendimiento de los resultados obtenidos en términos de oferta y demanda comercial y fomentando la posterior identificación del perfil de consumidor.
- **Características Económicas** – Son el conjunto de variables que tienen como objetivo obtener una visión macroeconómica de Andalucía a través del análisis de indicadores coyunturales, propios de la región andaluza y relacionados con el ámbito internacional. Además, estas características se orientarán a obtener una visión económica de la población andaluza, en términos de empleo o renta per cápita entre otros factores.
- **Características Comerciales** – Con el objetivo de obtener una contextualización del mercado andaluz y de realizar un análisis comercial en consonancia con los análisis anteriormente mencionados, estas características serán el conjunto de variables orientadas a evaluar el sector comercial, específicamente en términos de empleo, volumen de negocio y establecimientos comerciales, entre otros factores.

A continuación, se exponen los indicadores más representativos de cada uno de estos ámbitos, mostrando una visión general de Andalucía en términos sociodemográficos, económicos y comerciales:

# Análisis sociodemográfico

## Evolución de la Población Andaluza

Ilustración 2: Evolución anual de la Población Andaluza.

Población

# 8.600.441

personas en junio de 2023

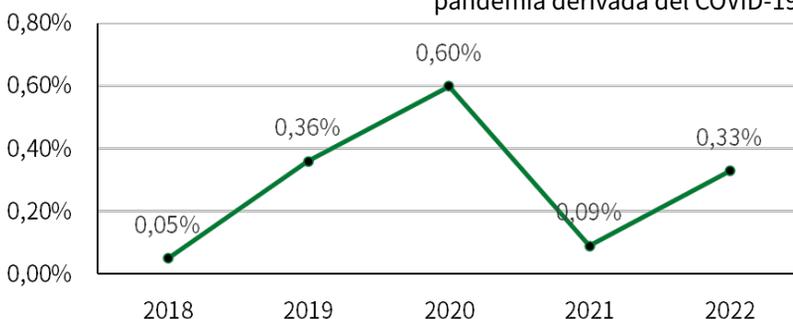
Densidad

# 98

habitantes por km<sup>2</sup>

Crecimiento **1,44**

% entre el año 2017 y el año 2022



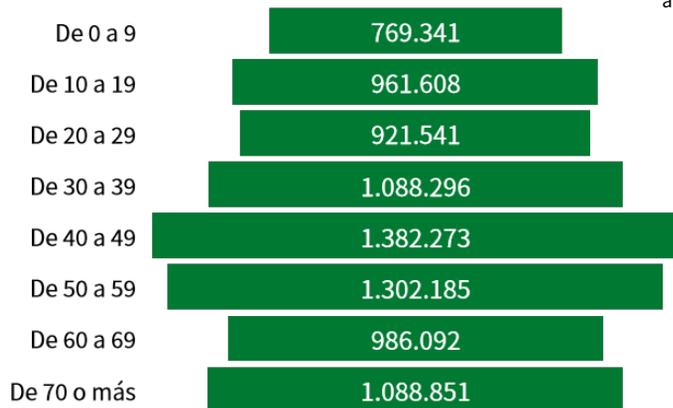
A pesar del crecimiento interanual experimentado hasta el año 2020, el crecimiento se ha visto ralentizado tras la pandemia derivada del COVID-19

## Estructura Poblacional

Ilustración 3: Estructura de la Población Andaluza.

La estructura de la población andaluza muestra una tendencia hacia el envejecimiento de la población

Edad media **42,71** años



**50,84%** de mujeres respecto al total

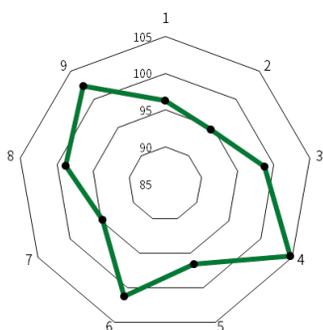
**49,16%** de hombres respecto al total

**83,71%** de la población tiene 16 o más años

**833.918** personas extranjeras residentes en Andalucía

## Indicador Multidimensional de Calidad de Vida

Ilustración 4: Gráfico sobre la Calidad de Vida.



1. Condiciones materiales de vida
2. Trabajo
3. Salud
4. Educación
5. Ocio y relaciones sociales
6. Seguridad física y personal
7. Gobernanza y derechos básicos
8. Entorno y medio ambiente
9. Experiencia general de la vida

## Educación

Tasa de graduados

# 28,1

% de población cuyo nivel de formación alcanzado es el de estudios superiores

**↑ 0,6**

% de variación interanual

Tasa de abandono escolar

# 15,3

% del alumnado entre 18 y 24 años que abandona la formación escolar

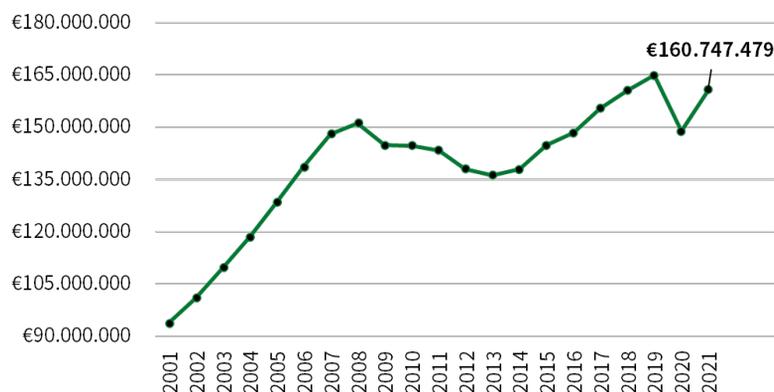
**↓ 2,4**

% de variación interanual

# Análisis económico

## Evolución del Producto Interior Bruto (PIB)

Miles de €



Porcentaje del PIB Nacional

**13,33%**  
En 2021

Tasa de variación

**8,32%**  
En 2021 respecto a 2016

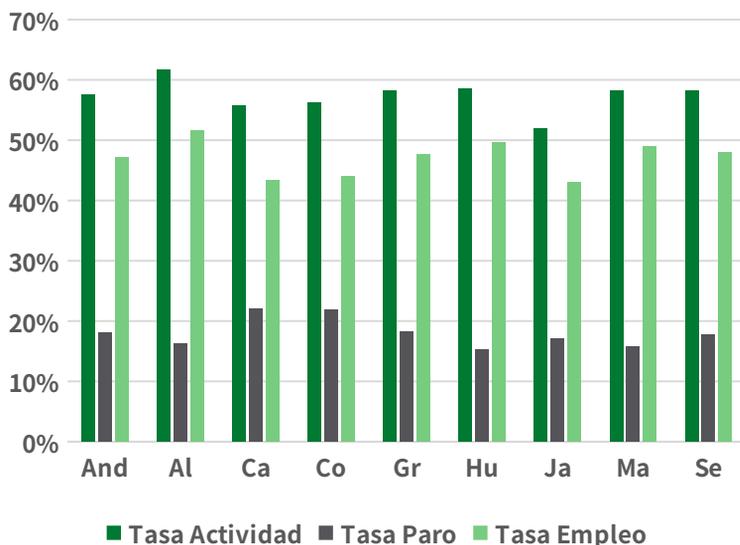
PIB per cápita

**18.906**  
En 2021

## Tasa de actividad, paro y empleo por provincias

El mercado laboral en Andalucía se ha caracterizado, en los últimos dos años, por la **reactivación moderada de la oferta y la demanda de empleo**

Ilustración 6: Gráfico del mercado laboral en Andalucía y provincias.



**52,3%** Tasa de actividad en mujeres

De la **tasa de actividad** en 2023 destaca el 62% de Almería junto con Huelva (59%), seguidas por Sevilla, Málaga y Granada con un 58,2%

La **tasa de paro** se ha reducido en todas las provincias en el 2023 registrando una media de paro del 18,1% en Andalucía, respecto a la cifra de 21,46% en 2021

La **tasa de empleo** se ha mantenido constante con un aumento de un punto porcentual

## Comercio exterior

Andalucía ha aprovechado la pandemia para apostar por el **comercio internacional** creciendo por encima de la media nacional y diversificando el destino de sus exportaciones principalmente en América y Asia

Ilustración 7: Crecimiento anual del comercio internacional.



Crecimiento interanual exportaciones

**24,3%**

entre 2021 y 2022. Este crecimiento interanual, es superior a la media nacional (22,9%) en dicho año

Balanza comercial (2022)

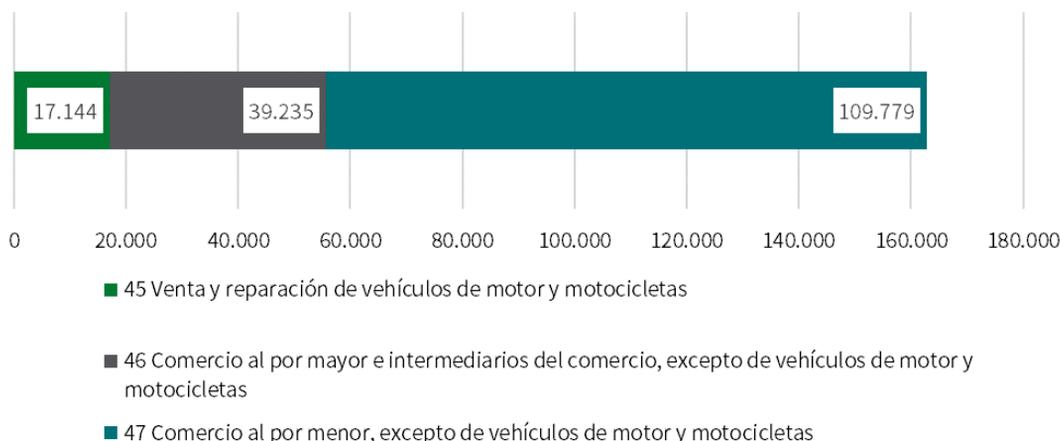
**-724,9 M€**

en el año 2022

# Análisis comercial

## Número de establecimientos comerciales según CNAE

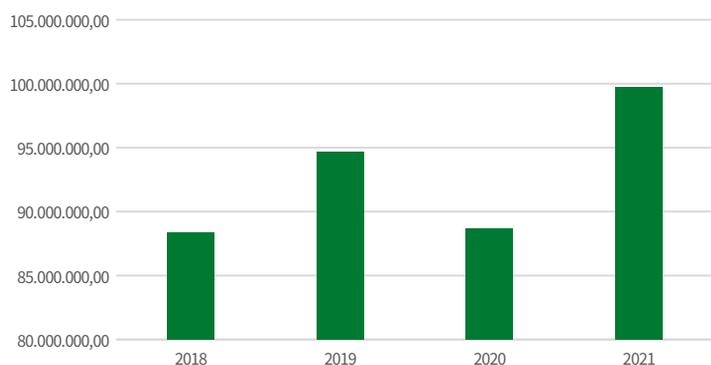
Ilustración 8: Número de establecimientos según CNAE.



## Variación interanual de la cifra de negocio

**Tendencia al alza** hasta el año 2019, alcanzando el sector comercial, en su conjunto, un volumen de ventas de 94 mil millones de euros. Sin embargo, a raíz de los efectos de la COVID-19, en 2020 experimentó una bajada de un 6,9%, con un volumen de 88 mil millones de euros.

Ilustración 9: Evolución anual del volumen de ventas del sector comercial.



Porcentaje del sector comercial respecto al total del PIB

↑ 9,6%

Crecimiento del sector comercial de 2020 a 2021 en términos de PIB, alcanzando el 92% de los valores registrados antes de la pandemia

Aumento de establecimientos no especializados

↑ 12,45%

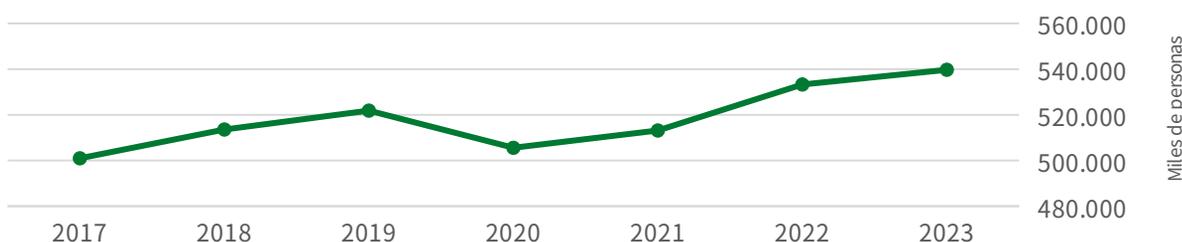
Crecimiento del volumen de ventas en diciembre de 2021 respecto al mismo mes en 2020

## Trabajadores en el sector comercial

↑ 1,2%

Número de ocupados del sector comercial, en septiembre de 2023 respecto a 2022, alcanzando un total de 539.702 personas

Ilustración 10: Número de ocupados del sector comercial.



# 4. La oferta y la demanda comercial en Andalucía



# La oferta y la demanda comercial en Andalucía

En base a la visión global previamente expuesta de la región andaluza en términos sociodemográficos, económicos y comerciales, a continuación, se proceden a exponer los resultados obtenidos del trabajo de campo y del análisis específico de la oferta y demanda comercial en Andalucía:



En primer lugar, se procede a representar una **visión desagregada de la oferta y de la demanda comercial andaluza**. Bajo este objetivo se expondrá una visión de la distribución geográfica de los establecimientos comerciales, así como de la población andaluza, identificando las ramas de actividad más relevantes, las zonas de mayor actividad comercial y las características particulares de los comercios y consumidores andaluces, entre otros factores.

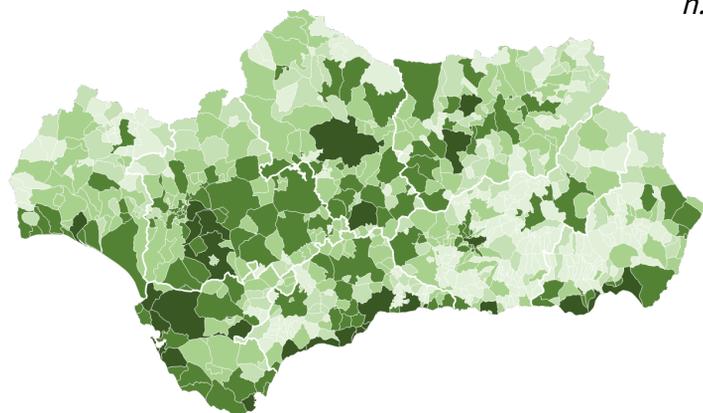
Tras la exposición de dicha visión desagregada, en base a las áreas de mejora identificadas en los comercios y a las demandas insatisfechas en la población andaluza, se proceden a exponer desde un punto de vista cualitativo **los nichos de oportunidad identificados** para los comercios andaluces, así como determinadas acciones concretas que podrían llevarse a cabo para explotar dichas oportunidades.

Finalmente, con el objetivo de evaluar la potencial existencia de nichos de mercado específicos por tipología de comercio y categoría de municipio, se procede a cuantificar la **potencial creación de nuevos establecimientos comerciales**. Además, con el objetivo de fomentar la identificación de dichos nichos de mercado en el territorio andaluz y en las diferentes zonas que lo componen, tras la visión global de Andalucía, se procederá a identificar la **potencial creación de establecimientos para cada una de las provincias**, denotando las actividades económicas con mayor gap existente respecto a las medias existentes en cada categoría de municipio.

# Análisis de la oferta comercial en Andalucía

## Establecimientos comerciales en Andalucía

< 25   25-50   50-200   200-1000   ≥ 1000



Actividades de mayor presencia comercial (en n.º de establecimientos)

**12.187**

Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco

**11.400**

Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados

**9.718**

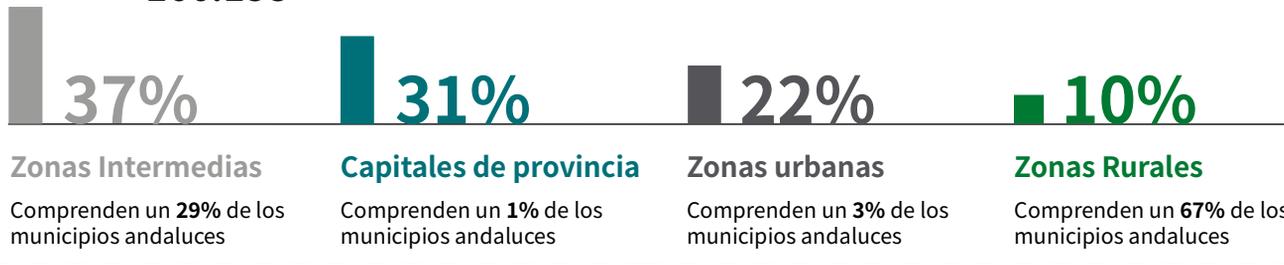
Mantenimiento y reparación de vehículos de motor

**7.205**

Otro comercio al por menor de artículos nuevos en establecimientos especializados

Número de establecimientos

**166.158**



## Perfil del Comercio Andaluz



### Comercio Minorista

El comercio andaluz es un comercio principalmente minorista, con un 66% de las empresas comerciales.



### Microempresa

El comercio andaluz está conformado en su mayoría por las empresas de 0 a 9 asalariados, con un 96% de las empresas comerciales.



### De Proximidad

El comercio andaluz focaliza sus ventas en las inmediaciones de los establecimientos comerciales.



### Bajo Grado de Digitalización

Únicamente el 34,5% de las empresas comerciales andaluzas de más de 10 empleados han realizado ventas por comercio electrónico, siendo esta la vía predominante de digitalización.



### Sujeto a la Estacionalidad

Alto grado de estacionalidad con una alta dependencia a sectores como la agricultura o el turismo.



### Carácter Individualizado

Bajo grado de agrupación empresarial, constituyéndose el tejido comercial a través de establecimientos individuales que mayoritariamente se encuentran fuera de grandes superficies o zonas de aglomeración comercial.



### Estrategias de Precios

La principal estrategia para la diferenciación comercial se basa en la competición por precios.



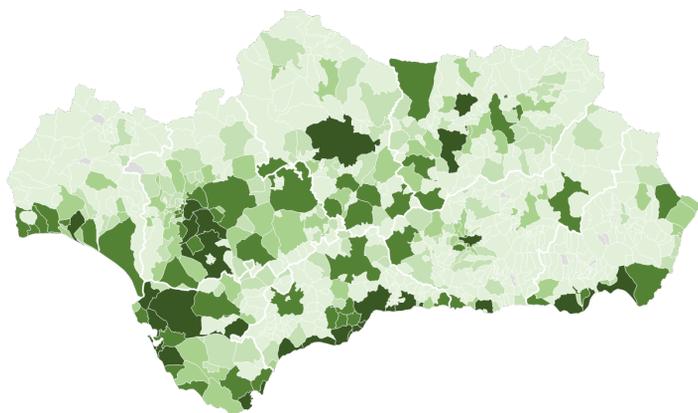
### Baja Disponibilidad de Inversión

Limitación de recursos para acometer nuevas inversiones.

# Análisis de la demanda comercial en Andalucía

## Población residente en Andalucía

■ < 5000 ■ 5000-10000 ■ 10000-20000 ■ 20000-50000 ■ ≥ 50000



**45,59** años

Edad media de la población andaluza.

**11.997,78** euros

Renta neta media declarada en los municipios andaluces.

**30.871.402** personas

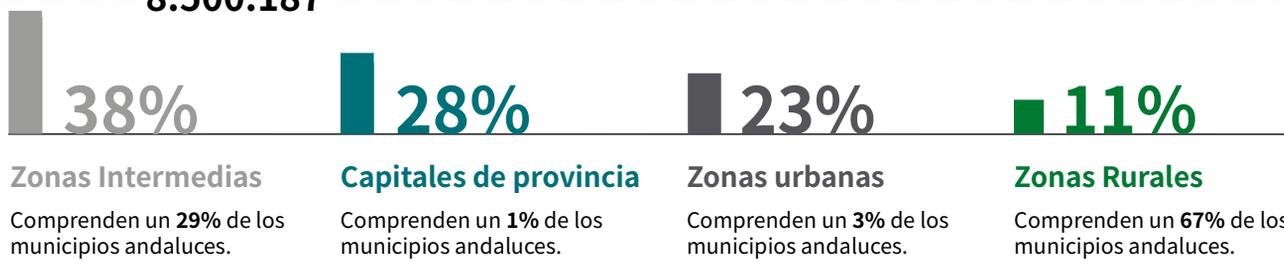
turistas en el año 2022 en Andalucía.

**55,4 %**

de la población andaluza que compra por Internet, según los valores registrados en los últimos 3 meses de 2022.

Número de habitantes

**8.500.187**



## Perfil del Consumidor Andaluz



### Atención y Relaciones Personales

A pesar del auge el comercio electrónico, los consumidores andaluces presentan un alto interés por la disponibilidad de establecimientos físicos, valorando especialmente el trato y la atención recibida en su experiencia de compra.



### Independencia de Patrones de Compra

El consumidor andaluz muestra como principal motivo de compra la cobertura de sus necesidades, más estable durante el año y menos afectado por las tendencias y modas.



### Omnicanalidad

El consumidor andaluz muestra un alto interés por la compra por Internet, registrando un cierto grado de recurrencia y de hábito de compra en la mitad de la población andaluza.



### Consumidor de Ocio

Un amplio segmento del consumidor muestra tendencia hacia el denominado “consumo de ocio” basado en una mayor frecuencia de compra a la semana, en la relación de la experiencia de compra con el ocio y la hostelería y en la compra en grandes superficies.



### Variabilidad de la Demanda

Alta variación de la demanda en las provincias, asociada a la diversificación existente y a las necesidades territoriales derivadas de la gran extensión de la región andaluza.



### Foco en el Precio

El consumidor andaluz valora el precio por encima de cualquier otro factor influyente en su decisión de compra.



### Auge de las Grandes Superficies

Crecimiento de las ventas a precios constantes en las grandes superficies, hasta un 6,1% respecto al año 2022.

## Nichos de oportunidad en Andalucía

Tras la exposición de la oferta comercial frente a la demanda comercial en Andalucía y en base al trabajo de campo realizado, a continuación, se proceden a exponer los nichos de oportunidad identificados para los comercios andaluces, así como determinadas acciones concretas que podrían llevar a cabo para explotar dichas oportunidades:



### Puesta en marcha de servicios de valor añadido al cliente

En el presente contexto de cambio, dicha transición hacia modelos de negocio más innovadores, digitalizados y sostenibles constituyen una oportunidad para los comercios andaluces en términos de **diferenciación y diversificación de su oferta**, permitiendo incrementar su posicionamiento respecto a negocios consolidados que no lleven a cabo una adecuada adaptación a las tendencias.

- Los comercios deberán **apostar por la calidad tanto en los productos ofertados como en la estética** de los establecimientos para obtener un mayor valor diferencial. En este sentido, los comercios podrán diferenciarse por especialización de sus productos a la vez que potencian su identidad en las tiendas físicas de proximidad, frente a otros formatos de venta exclusivamente online.
- Apuesta por la **aplicación de técnicas de “cross-selling”**, es decir, la venta de otros productos o servicios a los clientes para rentabilizar su captación o fidelización.
- Además, los comercios podrán ofrecer **servicios complementarios de valor añadido** al cliente como puntos de acceso Wifi, puntos de carga, servicios de cafetería... mejorando la experiencia presencial de compra demandada por el consumidor andaluz.



### Romper la barrera espacial en el comercio

Aprovechar las posibilidades derivadas de los avances tecnológicos para **acabar con la exclusividad presencial** en las relaciones comerciales, estableciendo **sistemas de comunicación y de venta omnicanal** a disposición de los clientes potenciales.

- A través de las aplicaciones de mensajería instantánea, los gestores de redes sociales, las tecnologías de CRM y las diversas pasarelas de pago, entre otras herramientas, los comercios podrán **ampliar su mercado potencial**, más allá de las inmediaciones y del ámbito local que permite la presencialidad, fomentando una mayor cercanía al consumidor desde una perspectiva virtual.

## Nichos de oportunidad en Andalucía



### Romper la barrera espacial en el comercio (continuación)

- Mejora de la cadena de valor de las empresas comerciales a través de la **implementación de nuevas tecnologías** en cada uno de los eslabones (tecnologías ERP, plataformas colaborativas con proveedores, software de gestión de stock, “dashboards” para la toma de decisiones...).
- Además, este factor permitirá **atraer otros grupos poblacionales como la población más joven**, menos vinculada a los comercios locales y tradicionales, más interesada en el atractivo de los centros comerciales y más acostumbrada al ámbito digital.



### Puesta en valor de la marca local

A pesar de la presión ejercida por las grandes plataformas de comercio electrónico, de las grandes cadenas comerciales y de la alta concentración de establecimientos comerciales especialmente en las zonas urbanas, el comercio de proximidad sigue contando con puntos fuertes que pueden explotar para generar vías de oportunidad ante este nuevo contexto de competitividad, digitalización y deslocalización de la venta. En este sentido, los comercios deberán potenciar como aspectos diferenciadores la **relación estrecha con los consumidores, el trato personalizado y la oferta de una experiencia de compra única**.

- **Fomentar la colaboración y el trabajo conjunto entre los negocios locales** para impulsar la marca de producto local y fortalecer el posicionamiento en el mercado, estableciendo alianzas estratégicas que permitan a los comerciantes locales trabajar en la identidad compartida en torno a valores propios, intereses comunes y características endógenas de la zona (aplicaciones de imagen de marca, ofertas complementarias, guías sectoriales al consumidor, actuaciones de comunicación conjuntas...).
- **Identificar y explotar nichos de mercado específicos en el ámbito de proximidad**, ofreciendo productos que satisfagan las necesidades del segmento local de la población.

## Nichos de oportunidad en Andalucía



### Vinculación comercial a actividades económicas complementarias

El comercio dispone de una **gran flexibilidad como actividad complementaria** a otras actividades económicas como el turismo, la hostelería o las actividades culturales y de ocio, permitiendo la adaptación de la oferta hacia potenciales consumidores atraídos por dichas actividades.

- Planteamiento de **modalidades de venta cruzada** a través de alianzas estratégicas con empresas del sector turístico y del sector hostelero para fomentar actuaciones complementarias y mutuamente beneficiosas para ambos sectores.
- Además, gracias a su conocimiento del entorno, el comercio local de proximidad podrá **adaptar su oferta a los eventos culturales y de ocio** organizados en el municipio en cuestión, aprovechando, más allá de su actividad habitual durante el año, dichos hitos puntuales para incrementar sus ventas y generar nuevas líneas de negocio complementarias.



### Aprovechamiento de nuevas formas de distribución comercial

Bajo el auge de las compras en grandes superficies y con el objetivo de fomentar su competitividad y resiliencia, dada la atomización y el carácter individual de las empresas comerciales andaluzas, la **adopción de nuevas formas de distribución comercial** constituyen una oportunidad sectorial, fomentando el establecimiento de sinergias y la aportación de recursos hacia objetivos comerciales comunes.

- **Fomento del asociacionismo comercial y de la integración vertical y horizontal**, constituyendo nuevas formas de distribución comercial experimentada en otros países europeos y orientadas a estructuras sectoriales dominadas por las pequeñas empresas, que permitan generar economías de escala y adoptar fórmulas de aprovisionamiento más eficientes ante la estacionalidad.
- **Impulso de las grandes superficies de forma homogénea en el territorio**, con el objetivo de otorgar zonas comerciales a las empresas minoristas en las que establecer puntos de venta y aprovechar dicha tendencia de consumo andaluza.

## Nichos de oportunidad en Andalucía



### Prácticas sostenibles como modelo de negocio

La concienciación social hacia el respeto del medio ambiente, así como la transición energética hacia modelos de cero emisiones, han derivado en la **implantación de prácticas sostenibles en la operativa de las empresas como propuesta de valor hacia el consumidor**.

- **Introducción en la cartera de productos de alternativas ecológicas** y respetuosas con el medio ambiente, fomentando el conocimiento por parte del consumidor de la sostenibilidad existente tanto en los procedimientos de la empresa como en el producto final.
- **Implementar nuevos sistemas de *delivery* en el comercio tradicional**, prestando especial atención a la utilización de espacios de consigna, a la agrupación de pedidos para la reducción de envíos, al transporte sostenible de última milla y la implantación de *packaging* sostenible, entre otros factores.

Tras la exposición de las oportunidades y de las acciones concretas a llevar a cabo por las empresas comerciales para cubrir las demandas insatisfechas del consumidor andaluz, a continuación, se proceden a evaluar aquellas actividades económicas específicas que podrían dar lugar a oportunidades de mercado en la región andaluza, en base a la actividad comercial existente y a la población residente y turística registrada en los municipios.

En este sentido, con el objetivo de evaluar la potencial existencia de nichos de mercado específicos por tipología de comercio y categoría de municipio, se procede a cuantificar la potencial creación de establecimientos comerciales.

A raíz de los resultados obtenidos, los potenciales nichos de mercado identificados en Andalucía ascienden a un total de **2.732 nuevos establecimientos comerciales**:

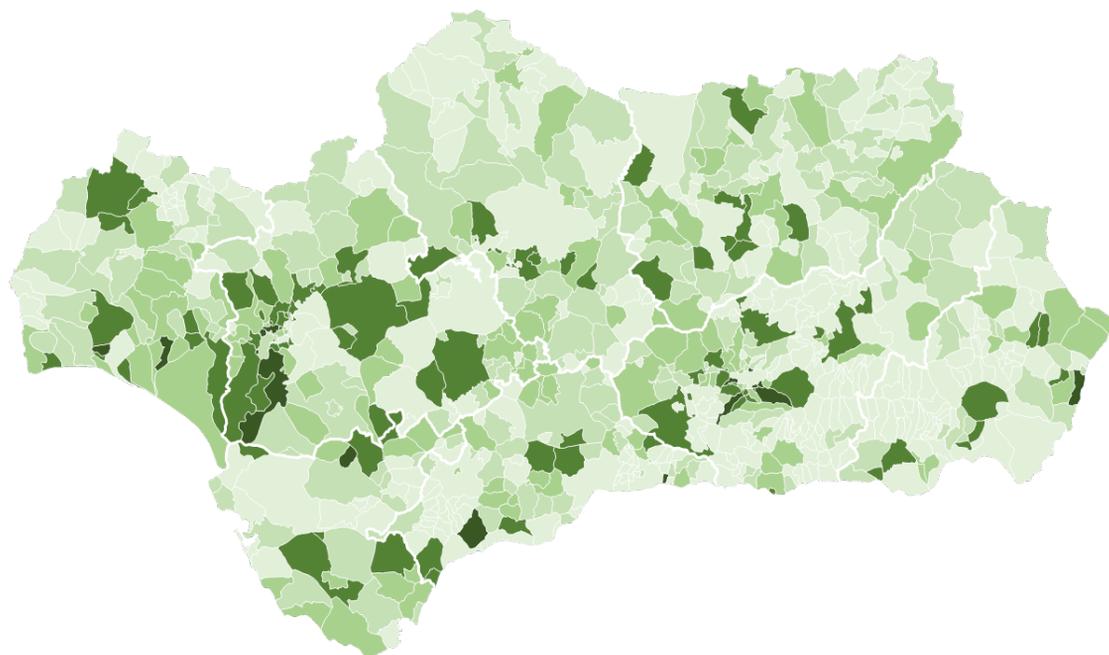
Grupo CNAE 09	Municipios de interior	Municipios costeros	Total
45	256	31	<b>287</b>
46	381	174	<b>555</b>
47	1744	146	<b>1890</b>
<b>Total</b>	<b>2381</b>	<b>351</b>	<b>2732</b>

# Nichos de oportunidad en Andalucía

## Comercio Minorista

Ilustración 11: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Andalucía.

< 2
  2-4
  4-6
  6-10
  ≥ 10



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En relación con el comercio minorista en municipios costeros, se estima un potencial de **146 nuevos establecimientos**, destacando la actividad del comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados, así como el comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y en mercadillos.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial en la costa de Andalucía, destacan los **municipios de entre 5.001 y 50.000 habitantes**.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al comercio minorista en municipios del interior, se estima un potencial de **1.744 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

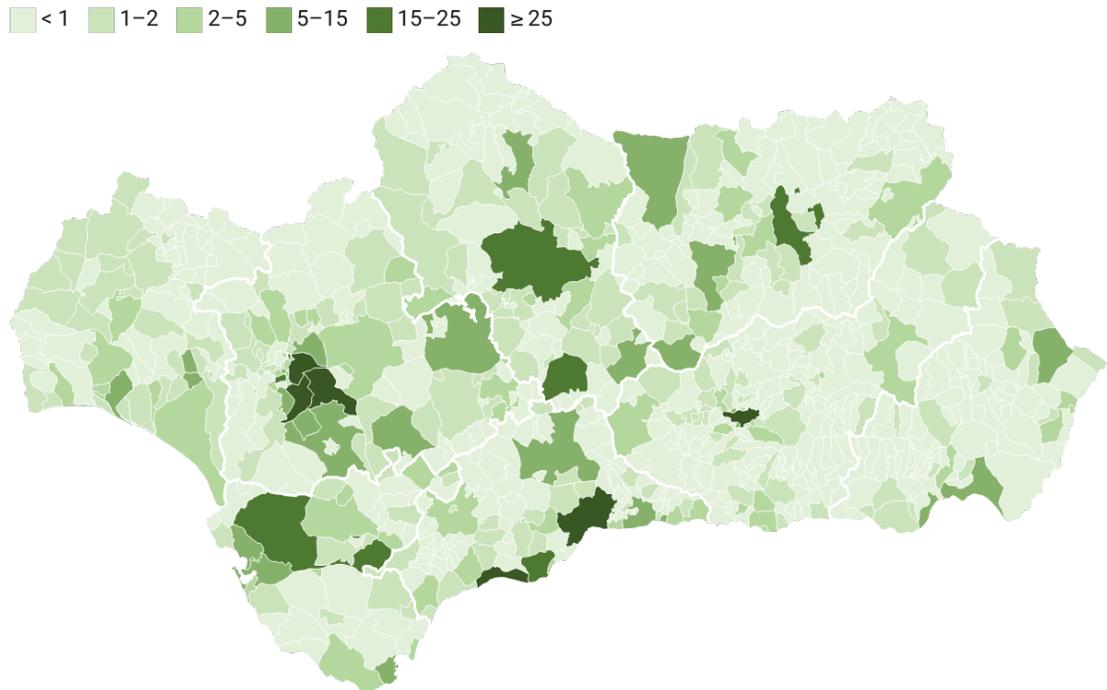
- Comercio al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados.
- Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en puestos de venta y en mercadillos.
- Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y en mercadillos.
- Comercio al por menor de productos de tabaco en establecimientos especializados.
- Otro comercio al por menor de productos alimenticios en establecimientos especializados.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial en el interior de Andalucía, destacan los **municipios de hasta 10.000 habitantes**.

# Nichos de oportunidad en Andalucía

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 12: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Andalucía.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En esta tipología de comercio se estima un potencial de **205 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Comercio al por mayor, no especializado, de productos alimenticios, bebidas y tabaco.
- Comercio al por mayor de frutas y hortalizas.
- Comercio al por mayor de pescados y mariscos y otros productos alimenticios.
- Comercio al por mayor de otra maquinaria y equipo.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial en la costa de Andalucía destacan los municipios costeros con **población superior a 50.000 habitantes**.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En esta tipología de comercio se estima un potencial de **637 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros.
- Mantenimiento y reparación de vehículos de motor.
- Comercio al por menor de repuestos y accesorios de vehículos de motor.
- Comercio al por mayor, no especializado, de productos alimenticios, bebidas y tabaco

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial en el interior de Andalucía, destacan los municipios del interior de más de **20.001 habitantes**.

# 5. La oferta y la demanda comercial en las provincias





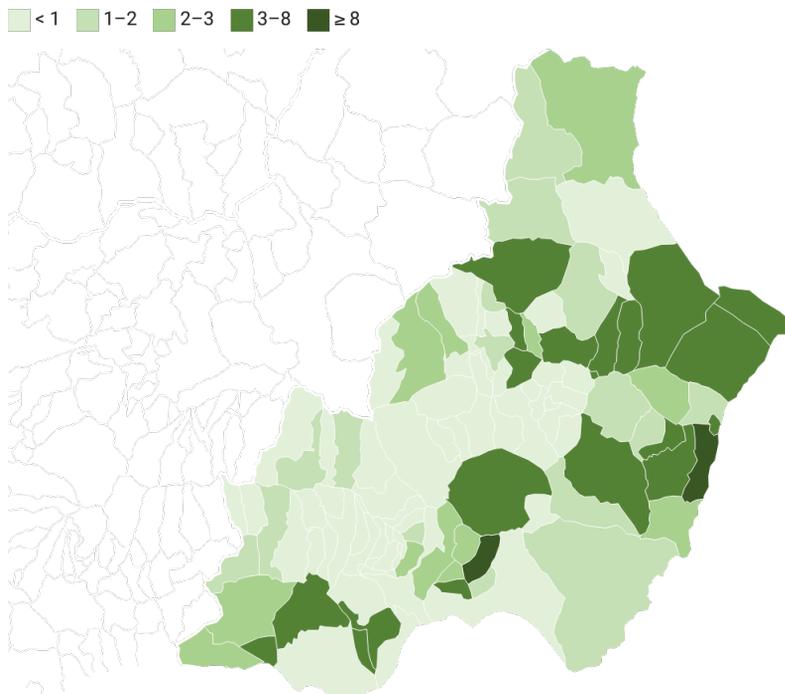
A lmería

---

# Nichos de oportunidad en Almería

## Comercio Minorista

Ilustración 13: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Almería.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

Se estima un potencial de creación de **33 establecimientos** de comercio minorista en municipios costeros de Almería, destacando el comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados, repartidos equitativamente en Carboneras, Cuevas del Almanzora, Garrucha y Mojácar.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de entre **5.001 y 20.000 habitantes**.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al comercio minorista en municipios del interior de Almería, se estima un potencial de **117 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

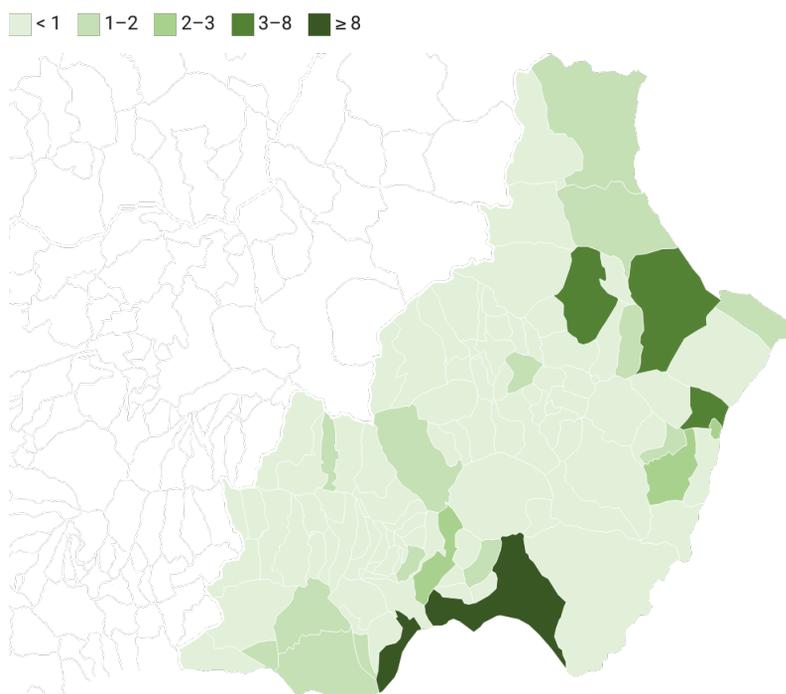
- Comercio al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, como por ejemplo, en los municipios Olula del Río, Benahadux, Arboleas, Pechina y Dalías.
- Otro comercio al por menor de productos alimenticios en establecimientos especializados, ubicados en municipios entre los que se encuentran Olula del Río, Dalías, Turre, Cantoria y Tijola.
- Comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco, repartidos equitativamente en Serón, Rioja, Lubrín, María, Abrucena, Bédar, Alcolea, Alhabia, Lucainena de las Torres y Las Tres Villas.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **menos de 5.000 habitantes** y con un porcentaje de turistas sobre la población total de entre el **15% y el 50%**.

# Nichos de oportunidad en Almería

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 14: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Almería.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En lo que se refiere al potencial de creación de establecimientos de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en los municipios costeros de Almería, se estima un potencial de **26 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Comercio al por mayor, no especializado, de productos alimenticios, bebidas y tabaco, repartidos de manera equitativa en Almería Capital, El Ejido, Roquetas de Mar y Vera.
- Comercio al por mayor de pescados y mariscos y otros productos alimenticios, en Almería Capital y Roquetas de Mar.
- Comercio al por mayor no especializado, en Almería Capital y Roquetas de Mar.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **más de 50.000 habitantes**.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al potencial de creación de establecimientos de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en los municipios del interior de Almería, se estima un potencial de **26 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, en Alhama de Almería, Balanegra, Dalías, Gádor, Los Gallardos, Macael y Turre.
- Mantenimiento y reparación de vehículos de motor, en Ablá, Gádor, Gérgal, Pechina, Turre, Vélez-Blanco y Zurgena.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **hasta 5.000 habitantes y de entre 20.001 y 50.000 habitantes**, respectivamente.



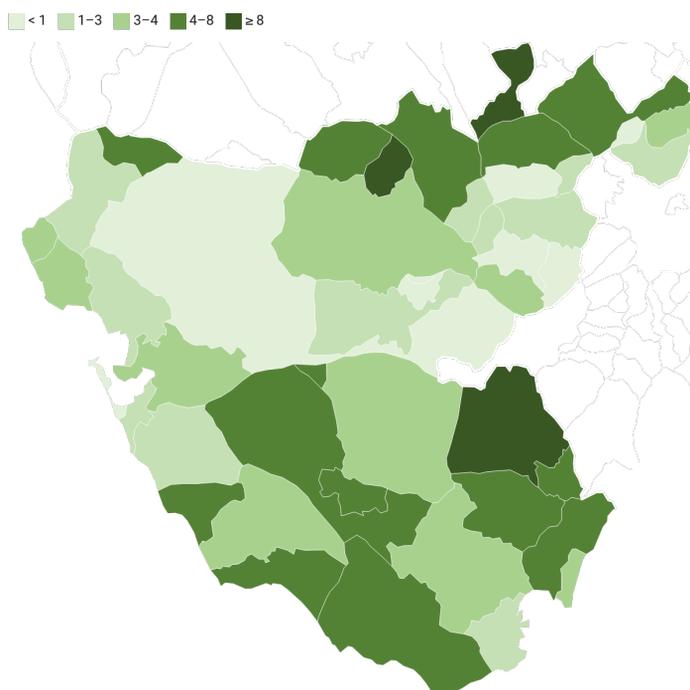
Cádiz

---

# Nichos de oportunidad en Cádiz

## Comercio Minorista

Ilustración 15: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Cádiz.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En lo que se refiere al comercio minorista de municipios de la costa de Cádiz, se estima un potencial de **42 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Comercio al por menor por correspondencia o Internet, destacando especialmente en La Línea de la Concepción.
- Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y en mercadillos, en los municipios de Conil de la Frontera, Puerto Real, Rota, Tarifa y Vejer de la Frontera.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **entre 20.001 y 50.000 habitantes** y con un porcentaje de turistas sobre la población total **mayor al 50%**.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al comercio minorista de municipios del interior de Cádiz, se estima un potencial de **102 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

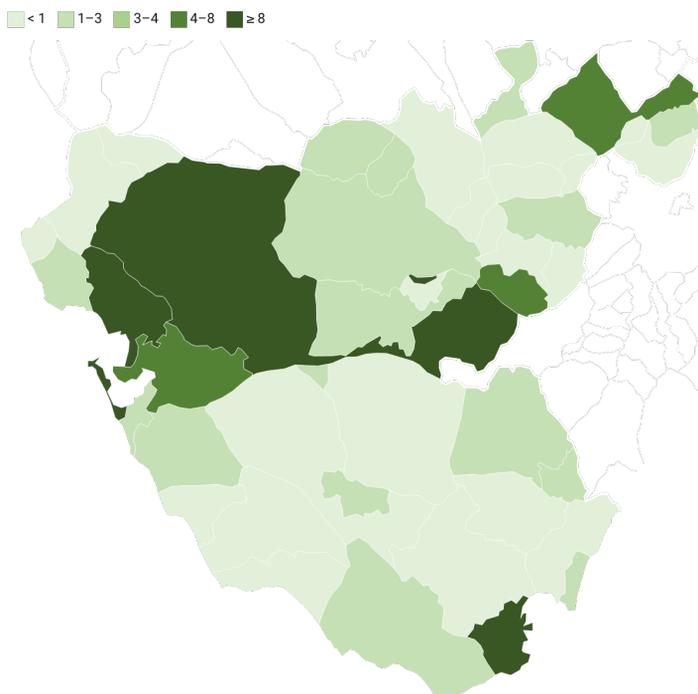
- Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y en mercadillos, con mayor presencia en Ubrique, Villamartín, Medina Sidonia y Olvera.
- Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en puestos de venta y en mercadillos, con mayor predominio en los municipios de Villamartín, Bornos, Trebujena y Puerto Serrano.
- Comercio al por menor de otros productos en puestos de venta y en mercadillos, destacando en los municipios de Ubrique, Medina Sidonia, Olvera y Benalup-Casas Viejas.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **entre 5.001 y 10.000 habitantes** con un porcentaje de turistas sobre la población total **entre el 15% y 50%**.

# Nichos de oportunidad en Cádiz

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 16: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Cádiz.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En lo que se refiere al comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en municipios de la costa de Cádiz, se estima un potencial de **41 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Comercio al por mayor de repuestos y accesorios de vehículos de motor, distribuidos en Cádiz Capital, La Línea de la Concepción, Puerto Real y San Fernando.
- Comercio al por mayor de frutas y hortalizas, en Algeciras, Cádiz Capital, Chiclana de la Frontera y el Puerto de Santa María.
- Comercio al por mayor de otra maquinaria y equipo en Algeciras, Cádiz Capital y la Línea de la Concepción.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **más de 50.000 habitantes**.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en municipios del interior de Cádiz, se estima un potencial de **42 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, con un fuerte potencial, especialmente en Ubrique.
- Comercio al por menor de repuestos y accesorios de vehículos de motor, destacando en los municipios de Bornos, Olvera, Paterna de la Rivera y Puerto Serrano.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **más de 50.000 habitantes**.



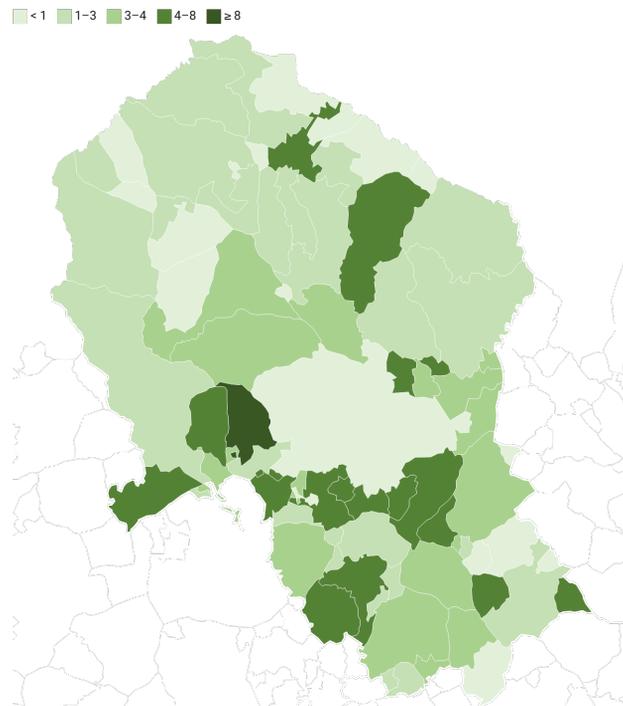
Córdoba

---

# Nichos de oportunidad en Córdoba

## Comercio Minorista

Ilustración 17: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Córdoba.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al comercio minorista, se estima un potencial **de 176 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

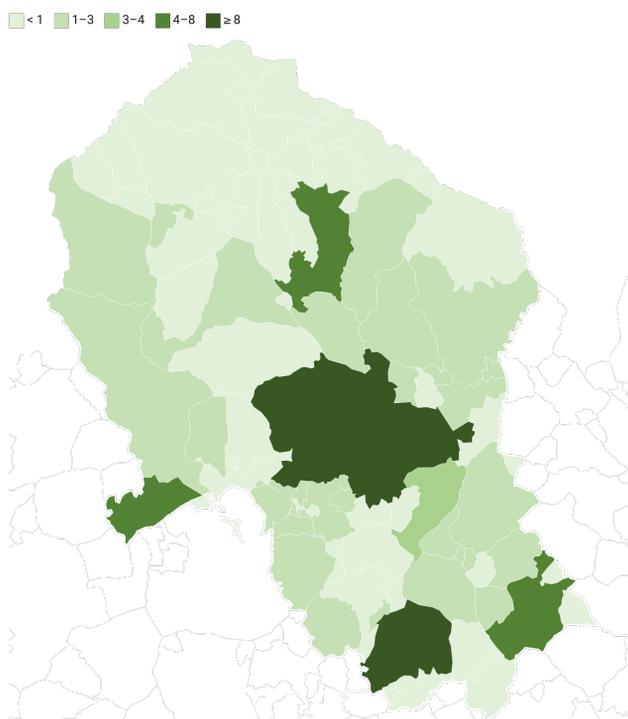
- Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en puestos de venta y en mercadillos, con presencia en municipios como Puente Genil, Palma del Río, Cabra, La Carlota y Fuente Palmera.
- Comercio al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, ubicados en municipios como Benamejí, Hornachuelos, Moriles, Espejo y Cañete de las Torres.
- Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y en mercadillos, con presencia en municipios como Fuente Palmera, Fernán-Núñez, Nueva Carteya, Villafranca de Córdoba y Santaella.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **hasta 10.000 habitantes** con una recepción de turistas de entre el **15% y el 50%**, respecto de la población total.

# Nichos de oportunidad en Córdoba

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 18: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Córdoba.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En relación con el comercio mayorista y con la venta y reparación de vehículos, se estima un potencial **de 81 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, con distribución en municipios, como por ejemplo, Villanueva de Córdoba, Castro del Río, La Rambla, Bujalance y Villa del Río.
- Comercio al por mayor de frutas y hortalizas, situados en Castro del Río, Ferrán Núñez, Córdoba Capital, Lucena, Montoro, Puente Genil, Priego de Córdoba, y Palma del Río.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **entre 20.001 y 50.000 habitantes**.



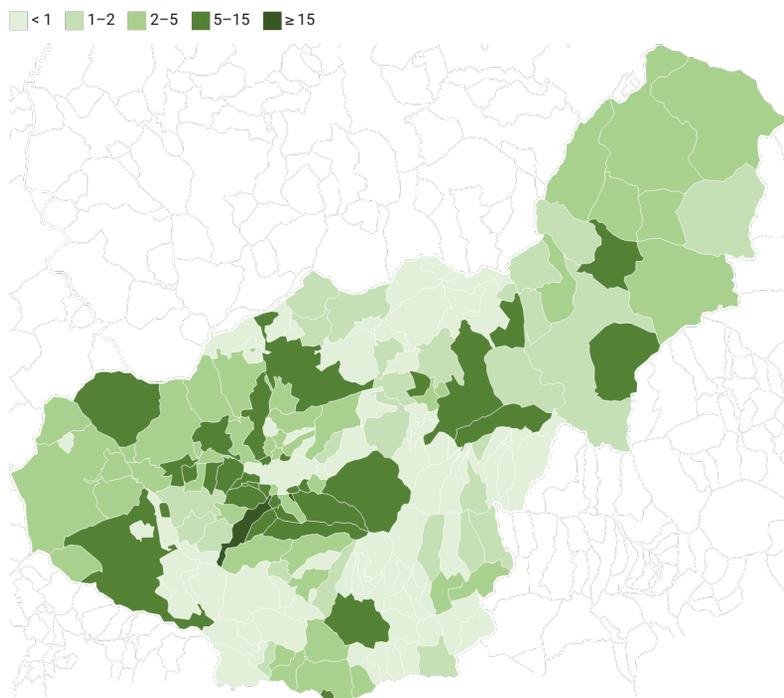
Granada

---

# Nichos de oportunidad en Granada

## Comercio Minorista

Ilustración 19: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Granada.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En lo que se refiere al comercio minorista en municipios de la costa de Granada, se estima un potencial de **10 nuevos establecimientos**, destacando la actividad de otro comercio al por menor en establecimientos no especializados, especialmente relevante en el municipio de Motril.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios **más de 50.000 habitantes** con un porcentaje de turistas sobre la población total **menor o igual al 25%**.

En los municipios rurales con menos de 1.000 habitantes, no se denota la potencial creación de establecimientos comerciales en los resultados obtenidos, dado que no se registra ningún establecimiento comercial de dichos subsectores en los municipios.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al comercio minorista de municipios del interior de Granada, se estima un potencial de **376 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

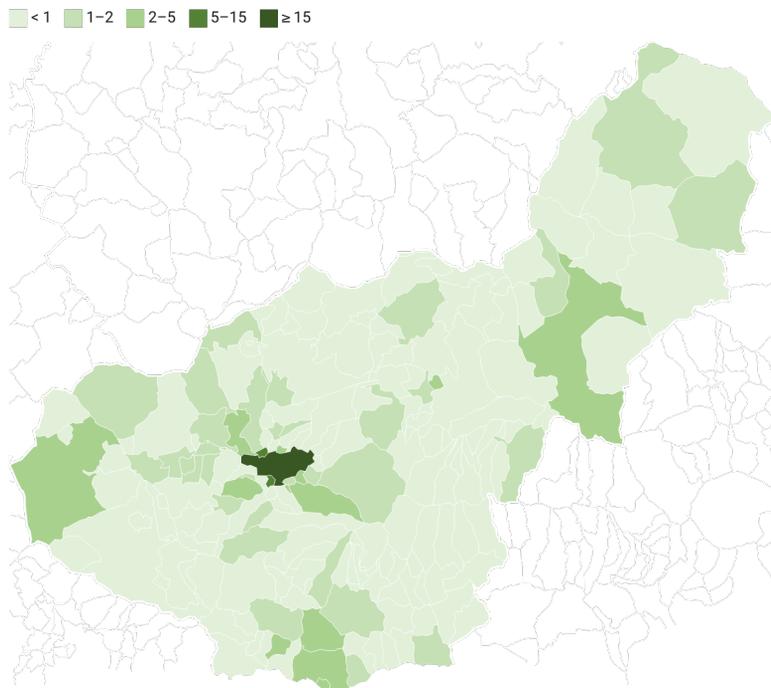
- Comercio al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, con especial relevancia en los municipios de Cájar, Fuente Vaqueros, Jun, Láchar y Torrenueva Costa.
- Comercio al por menor de carne y productos cárnicos en establecimientos especializados, con una fuerte presencia en el municipio de Ogíjares.
- Otro comercio al por menor de productos alimenticios en establecimientos especializados, ubicados en municipios como Las Gabias, Ogíjares, Cenes de la Vega y Villa de Otura.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **entre 5.001 y 10.000 habitantes** con un porcentaje de turistas sobre la población total **entre el 15% y el 25%**.

# Nichos de oportunidad en Granada

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 20: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Granada.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En lo que se refiere al potencial de creación de establecimientos de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos de municipios de la costa de Granada, se estima un potencial de **6 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, concretamente en Albuñol y Gualchos.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **más de 50.000 habitantes**.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al potencial de creación de establecimientos de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos de municipios del interior de Granada, se estima un potencial de **98 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Mantenimiento y reparación de motor, con presencia en municipios como Cájar, Jun, Benalúa, Torrenueva Costa y Vélez de Benaudalla.
- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, ubicados en municipios como por ejemplo, Huétor Vega, Monachil, Cenes de la Vega y Órgiva.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **menos de 5.000 habitantes** y de **más de 50.000 habitantes**, respectivamente.



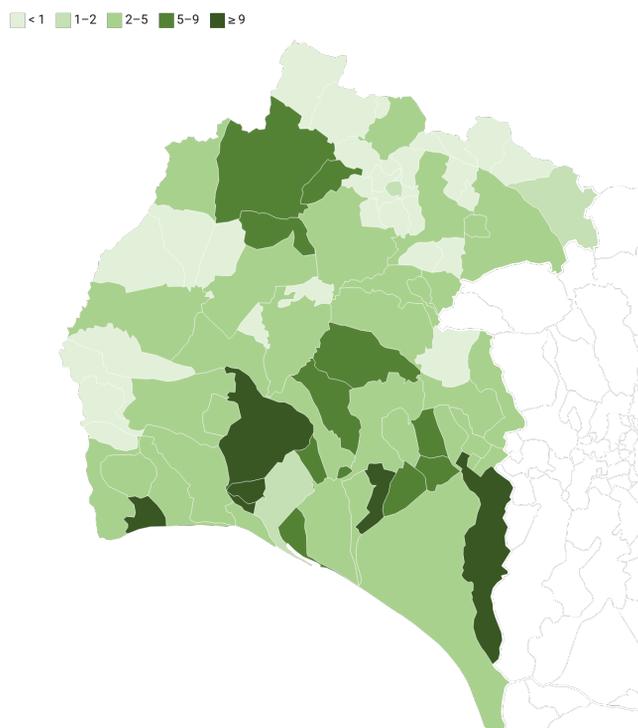
Huelva

---

# Nichos de oportunidad en Huelva

## Comercio Minorista

Ilustración 21: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Huelva.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En lo que se refiere al comercio minorista de municipios de la costa de Huelva, se estima un potencial de **36 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Comercio al por menor de calzado y artículos de cuero en establecimientos especializados, destacando principalmente Isla Cristina.
- Comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados, distribuidos equitativamente en los municipios de Ayamonte, Isla Cristina y Moguer.
- Comercio al por menor de artículos médicos y ortopédicos en establecimientos especializados, repartidos de manera equitativa en Ayamonte, Isla Cristina y Moguer.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **entre 20.000 y 50.000 habitantes** con alta recepción de turistas.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

Se estima un potencial de **164 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

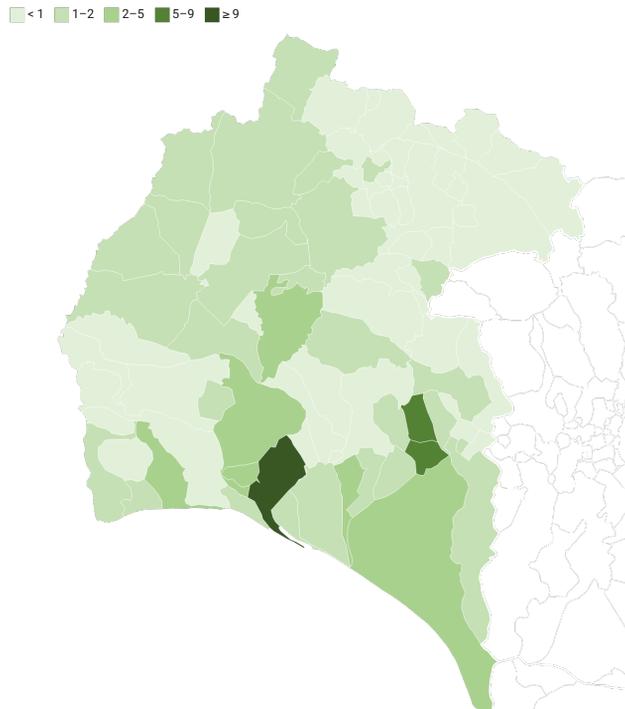
- Comercio al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, con presencia en municipios como Bonares, Hinojos, San Bartolomé de la Torre, Paterna del Campo y Villalba de Alcor.
- Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en puestos de venta y en mercadillos, con presencia en municipios como Aljaraque, Valverde del Camino, La Palma del Condado, San Juan del Puerto y Trigueros.
- Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y en mercadillos, en municipios como Aljaraque, Gibraleón, Valverde del Camino, San Juan del Puerto y Aracena.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **hasta 5.000 habitantes** con una recepción de turistas de **entre el 25% y 50%** con respecto a la población total.

# Nichos de oportunidad en Huelva

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 22: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Huelva.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En lo que se refiere al potencial de creación de establecimientos de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en municipios de la costa de Huelva, se estima un potencial **de 25 nuevos establecimientos**, destacando la actividad de venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, distribuidos equitativamente en los municipios de Isla Cristina, Moguer, Palos de la Frontera y Punta Umbría.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **más de 50.000 habitantes**.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al potencial de creación de establecimientos de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en municipios del interior de Huelva, se estima un potencial de **41 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, en municipios como por ejemplo, Gibraleón, Rociana del Condado, Bonares, Nerva, Cortegana, Hinojos y Alosno.
- Mantenimiento y reparación de vehículos de motor, con presencia en municipios como Lucena del Puerto, Calañas, El Cerro del Andévalo, Villarrasa, Almonaster la Real y Rosal de la Frontera.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **hasta 5.000 habitantes y de entre 10.001 a 20.000 habitantes**, respectivamente.



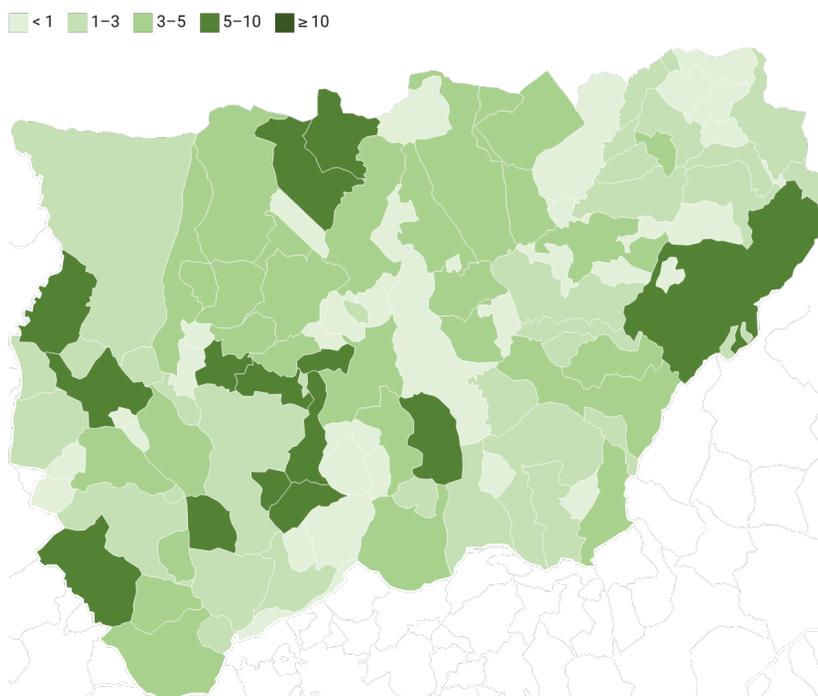
Jaén

---

# Nichos de oportunidad en Jaén

## Comercio Minorista

Ilustración 23: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Jaén.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que respecta al comercio minorista de municipios de Jaén, se estima un potencial de **223 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

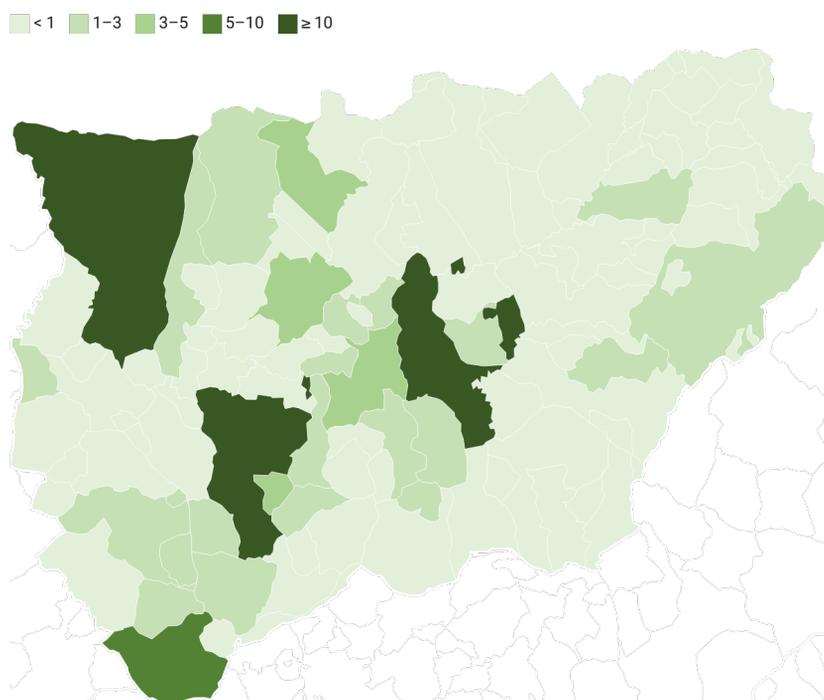
- Comercio al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, especialmente en Pozo Alcón, Santisteban del Puerto y Villatorres.
- Comercio al por menor de ferretería, pintura y vidrio en establecimientos especializados, con especial relevancia en Alcaudete.
- Comercio al por menor de pan y productos de panadería, confitería y pastelería en establecimientos especializados, destacando los municipios de Alcaudete, Huelma y La Guardia de Jaén.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **menos de 5.000 habitantes** y con un porcentaje de turistas sobre la población total de **entre el 25% y el 50%**.

# Nichos de oportunidad en Jaén

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 24: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Jaén.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que respecta a la potencial creación de empresas comerciales en municipios de Jaén, se estima un potencial de **77 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, especialmente en La Carolina.
- Mantenimiento y reparación de vehículos de motor, en Baños de la Encina, Bedmar y Garcéz, Bélmez de la Moraleda, La Guardia de Jaén, La Iruela, Santiago-Pontones y Valdepeñas de Jaén.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **entre 20.001 y 50.000 habitantes**.



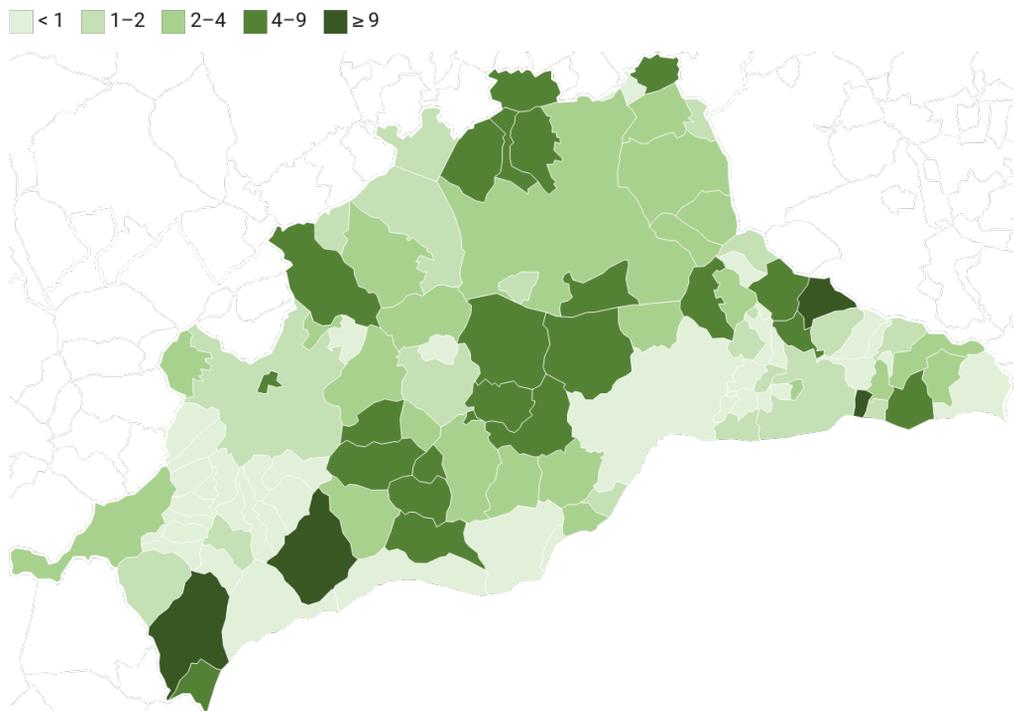
Málaga

---

# Nichos de oportunidad en Málaga

## Comercio Minorista

Ilustración 25: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Málaga.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

En lo que se refiere al comercio minorista de municipios de la costa de Málaga, se estima un potencial de **25 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

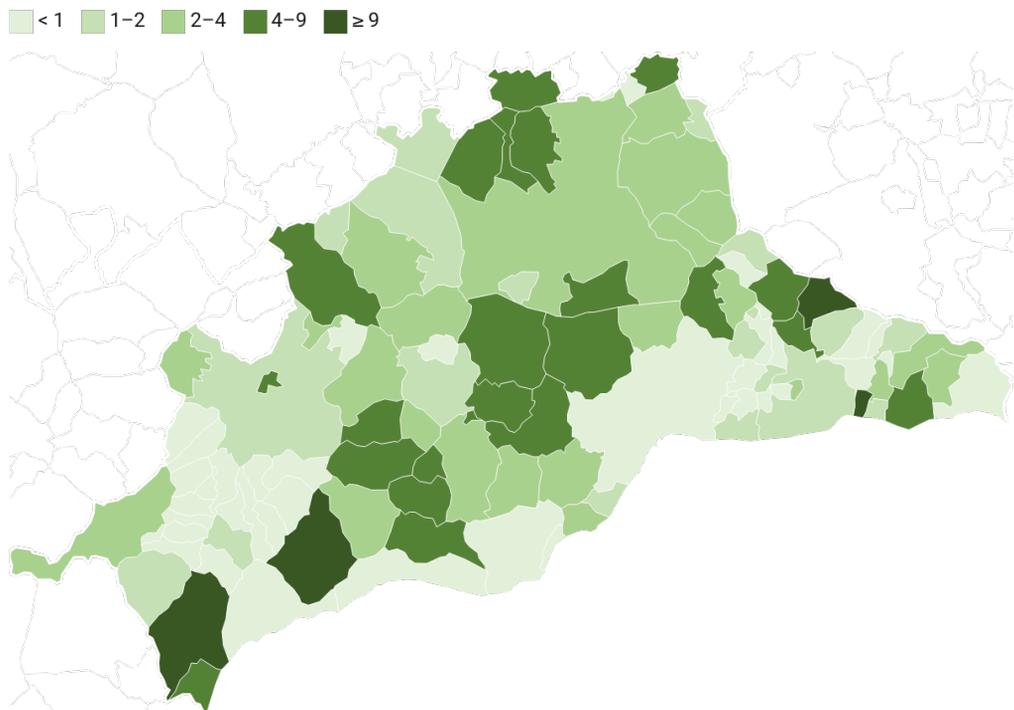
- Otro comercio al por menor en establecimientos no especializados, en Casares y en Manilva.
- Comercio al por menor de bebidas en establecimientos especializados, en Casares y en Manilva.
- Comercio al por menor de equipos de audio y vídeo en establecimientos especializados, en Benalmádena y Rincón de la Victoria.
- Comercio al por menor de alfombras, moquetas y revestimientos de paredes y suelos en establecimientos especializados, en Benalmádena y Torremolinos.
- Comercio al por menor de prendas de vestir en establecimientos especializados, en Casares y Torrox.
- Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y en mercadillos, en Manilva.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **entre 10.001 y 20.000 habitantes** con alta influencia turística.

# Nichos de oportunidad en Málaga

## Comercio Minorista

Ilustración 26: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Málaga.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En relación con el potencial de creación de establecimientos minoristas en municipios del interior de Málaga, se estima un potencial de **199 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

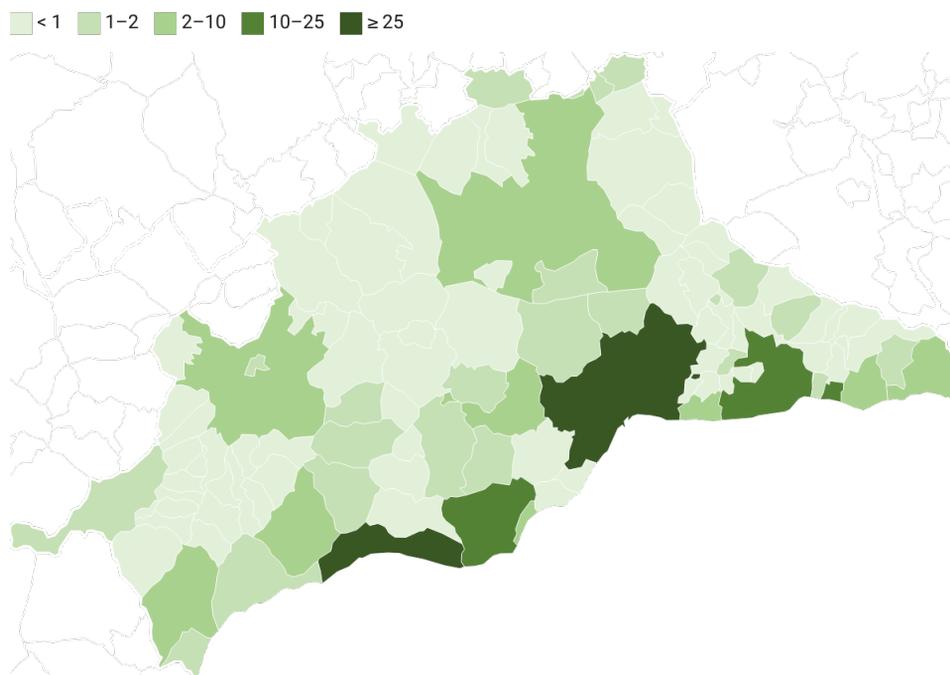
- Comercio al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, con presencia en municipios como por ejemplo, Alameda, Ojén, Arriate, Almogía y Teba.
- Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en puestos de venta y en mercadillos, con presencia en municipios como Pizarra, Benahavís, Campillos y Archidona.
- Comercio al por menor de productos de tabaco en establecimientos especializados, denotando presencia en municipios como Pizarra, Benahavís, Alameda, Molina y Almogía.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **hasta 5.000 habitantes** con una recepción de turistas de **hasta el 50%** con respecto a la población total.

# Nichos de oportunidad en Málaga

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 27: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Málaga.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS COSTEROS

Con relación al comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en municipios de la costa de Málaga, se estima un potencial de **107 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Comercio al por mayor de frutas y hortalizas, con presencia en Fuengirola, Málaga Capital, Marbella, Mijas, Nerja, Rincón de la Victoria y Vélez-Málaga.
- Comercio al por mayor de pescados y mariscos y otros productos alimenticios, con presencia en Fuengirola, Málaga Capital, Marbella, Mijas y Vélez-Málaga.
- Comercio al por mayor, no especializado, de productos alimenticios, bebidas y tabaco, con presencia en Fuengirola, Málaga Capital, Marbella, Mijas y Vélez-Málaga.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **más de 50.000 habitantes**, representando el **93%** del total de comercios potenciales.

### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que respecta al potencial de creación de establecimientos de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en municipios del interior de Málaga, se estima un potencial de **33 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, distribuidos uniformemente en Alameda, Algarrobo, Almogía, Arriate, Casabermeja, Cortes de la Frontera, Cuevas de San Marcos, Frigiliana, Periana, Villanueva de la Concepción y Yunquera.
- Mantenimiento y reparación de vehículos de motor, con presencia en Almáchar, Benahavís, Canillas de Aceituno, Cuevas Bajas, Istán y Tolox.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **hasta 5.000 habitantes y de entre 20.001 y 50.000 habitantes**, respectivamente.



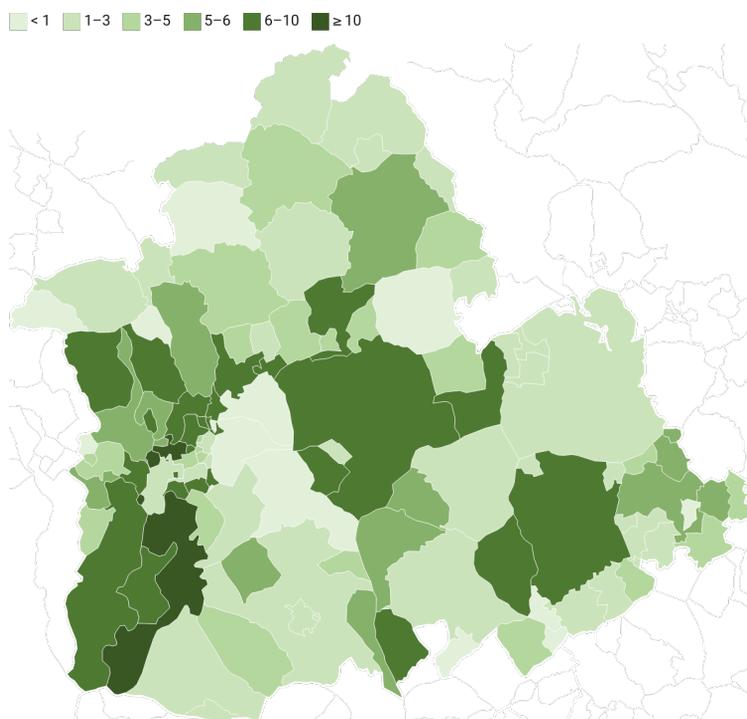
S evilla

---

# Nichos de oportunidad en Sevilla

## Comercio Minorista

Ilustración 28: Número de establecimientos potenciales de comercio minorista en Sevilla.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al comercio minorista de Sevilla, se estima un potencial de **387 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

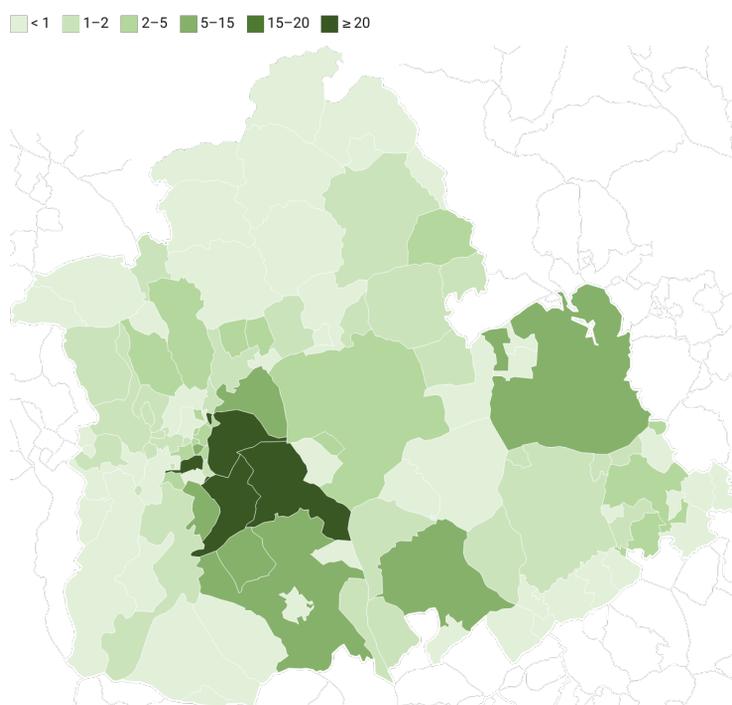
- Comercio al por menor de productos alimenticios, bebidas y tabaco en puestos de venta y en mercadillos, especialmente en Carmona.
- Comercio al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados, con especial relevancia en Aznalcázar.
- Comercio al por menor de productos textiles, prendas de vestir y calzado en puestos de venta y en mercadillos, destacando el municipio de Gines.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **entre 5.001 y 10.000 habitantes** con un porcentaje sobre la población total **menor del 15%**.

# Nichos de oportunidad en Sevilla

## Comercio Mayorista y Venta y Reparación de Vehículos

Ilustración 29: Número de establecimientos potenciales de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos en Sevilla.



### RESULTADOS DESTACADOS – MUNICIPIOS DE INTERIOR

En lo que se refiere al potencial de creación de establecimientos de comercio mayorista y venta y reparación de vehículos de Sevilla, se estima un potencial de **239 nuevos establecimientos**, destacando las siguientes actividades:

- Venta de automóviles y vehículos de motor ligeros, en municipios como Castilleja de la Cuesta, Estepa, Olivares y Umbrete.
- Comercio al por mayor de madera, materiales de construcción y aparatos sanitarios, en municipios como Sevilla, Dos Hermanas, Alcalá de Guadaíra y Utrera.
- Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus repuestos y accesorios, en municipios como Coria del Río, Carmona, Tomares, San Juan de Aznalfarache y Tomares.
- Comercio al por mayor de frutas y hortalizas, en municipios como Sevilla, Dos Hermanas y Alcalá de Guadaíra.

En cuanto a las categorías de municipios con mayor potencial, destacan los municipios de **más de 50.000 habitantes**.