

Análisis de la demanda potencial en Gran Canaria

Director: Manuel Rodríguez Díaz manuel.rodriguez@ulpgc.es

Colaborador: Moisés Martín Betancor moises.martin@ulpgc.es

Autora: M^a Pilar Romero López pilar.romero@ulpgc.es <http://orcid.org/0000-0002-6117-0543>

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, ULPGC. Campus universitario de Tafira, 35017 Las Palmas de Gran Canaria, España.

Resumen

Realización de un estudio de mercado, a partir de datos obtenidos mediante encuestas telefónicas, donde se ha obtenido información sobre los hábitos de compra y gastos familiares de consumidores de la isla de Gran Canaria; con el fin de determinar la estimación de la demanda potencial y plasmarlo gráficamente sobre cartografía digital. La información obtenida se clasificará en los distritos de los municipios, según el tamaño del hogar (personas que lo habitan) y según los estratos sociales (alto, medio-alto...bajo) a partir de doce grupos de gasto (alimentación y bebidas no alcohólicas, bebidas alcohólicas y tabaco, vestido y calzado, vivienda...).

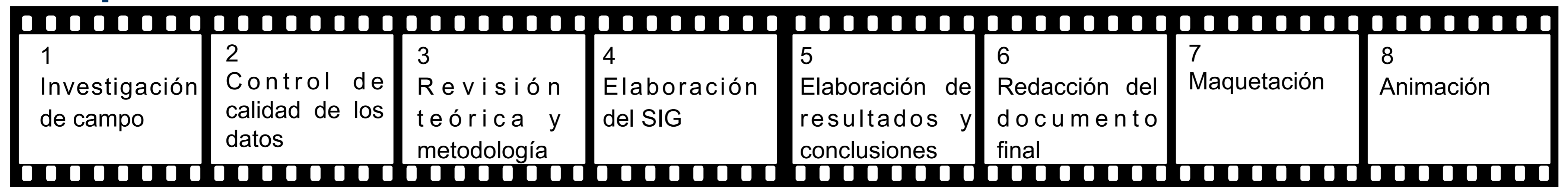
Objetivos

Establecer la demanda potencial de la población censada en Gran Canaria, no incluyendo el consumo de los turistas por no estar incluidos en la encuesta realizada.

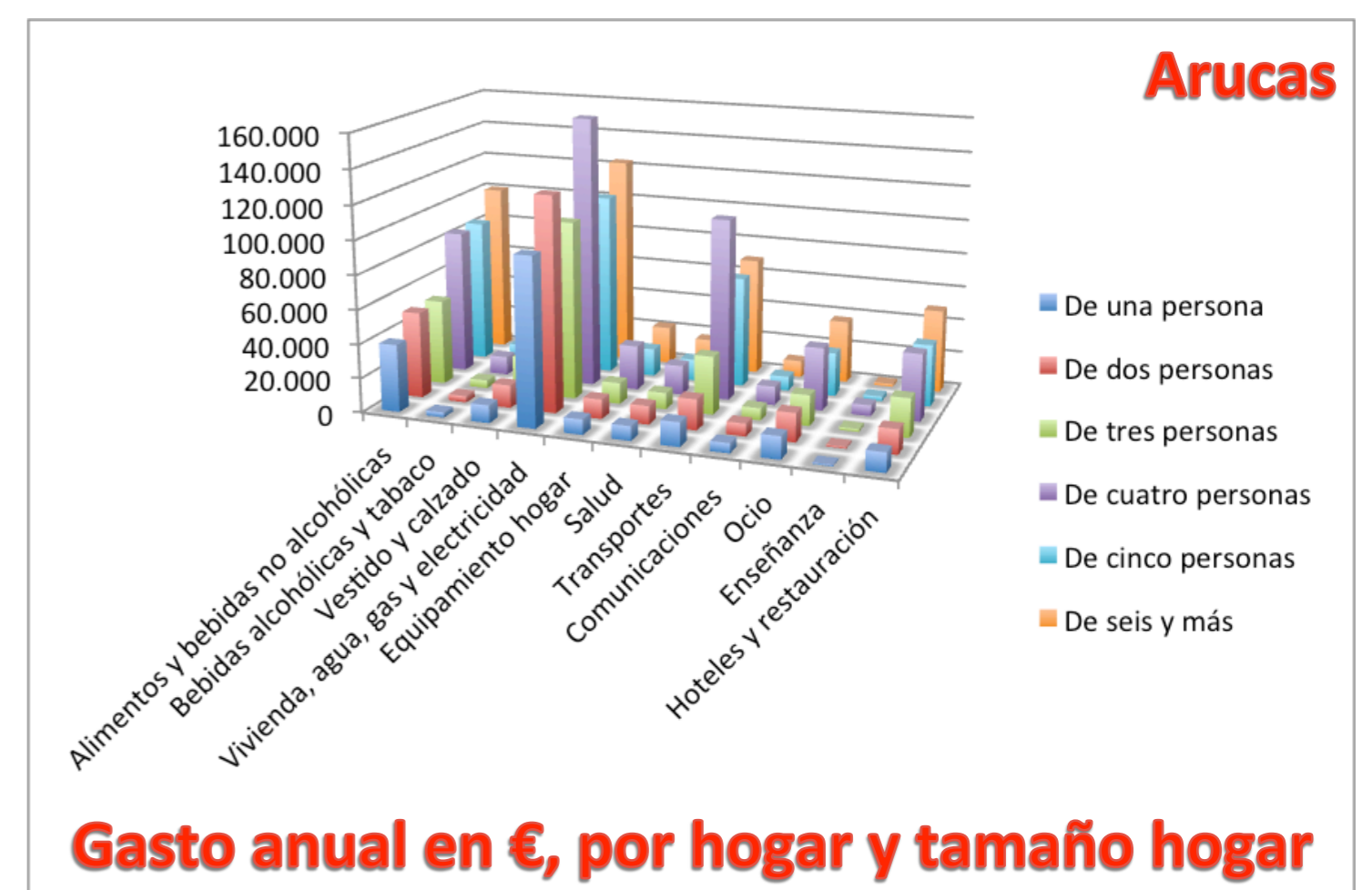
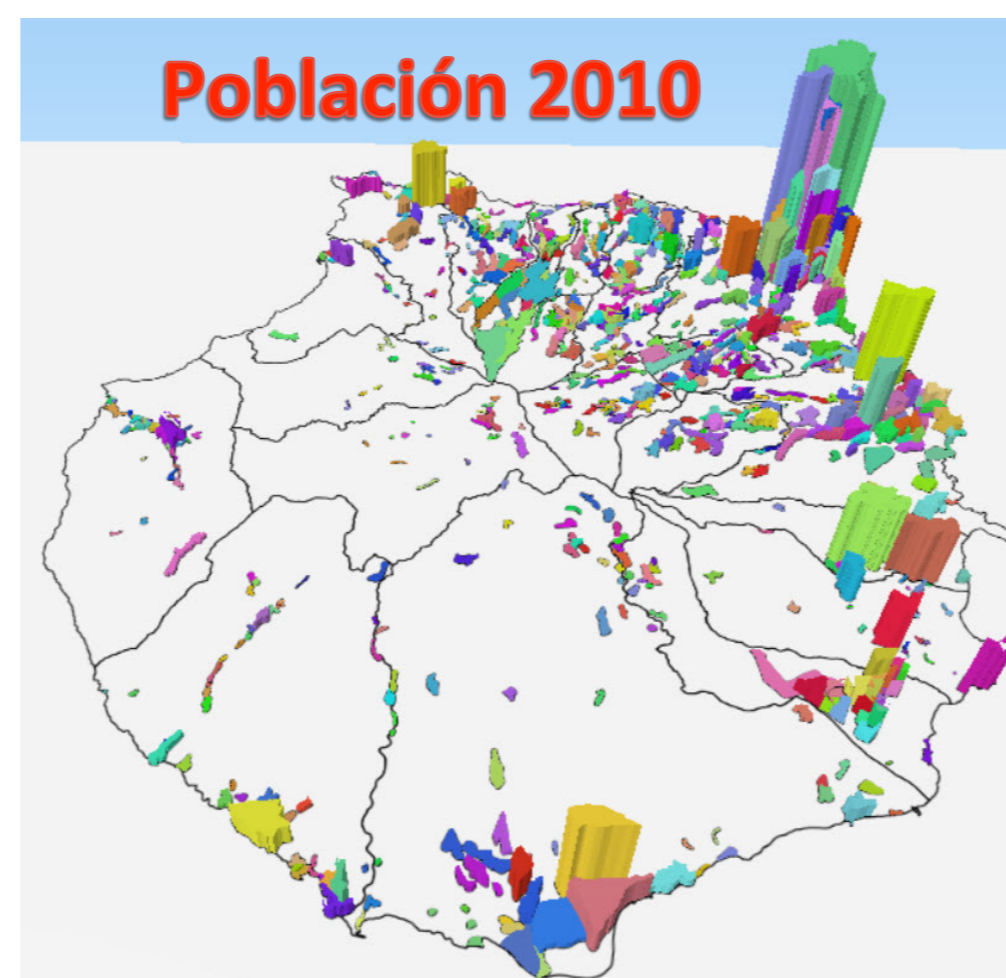
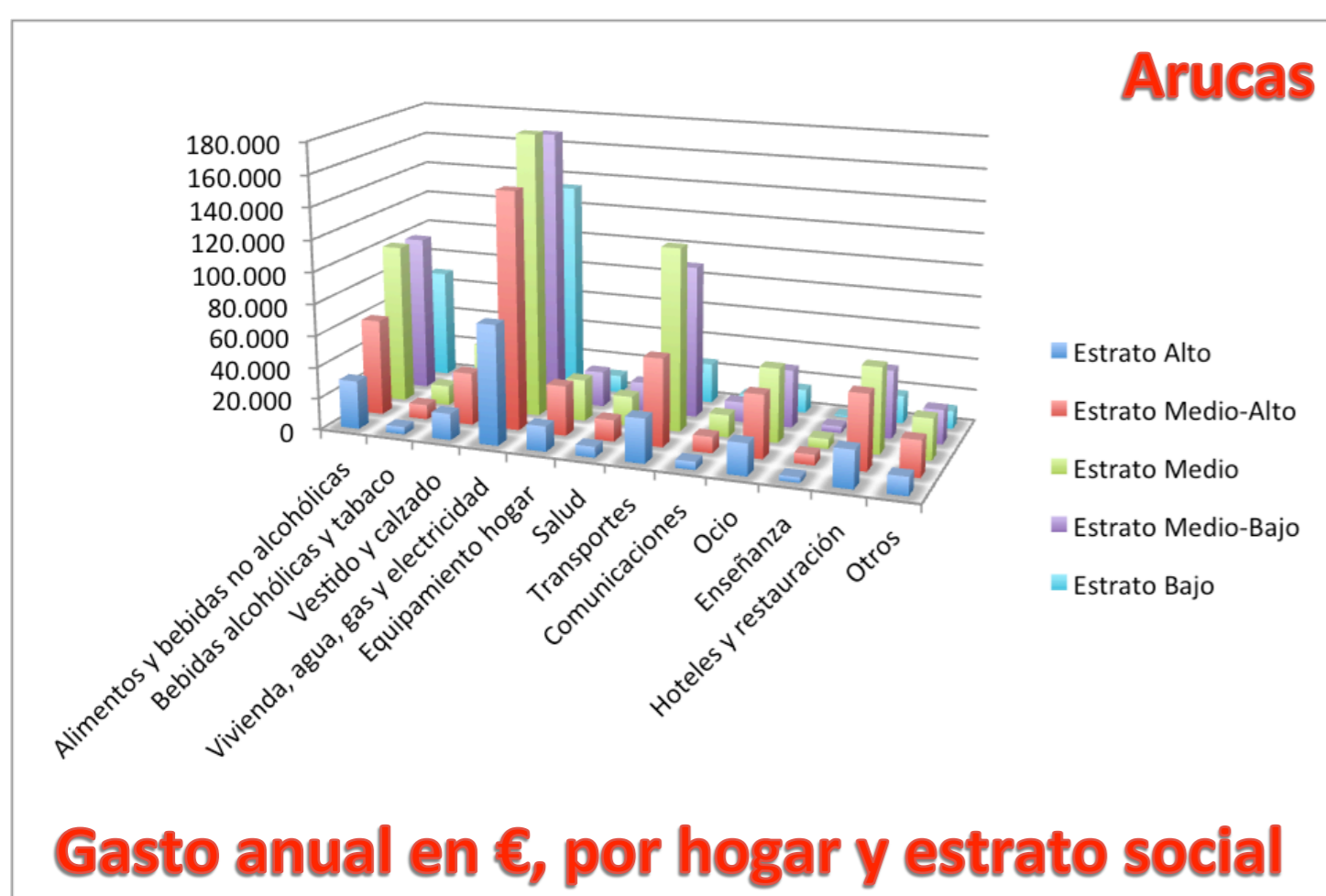
Materializar gráficamente la información alfanumérica obtenida de las encuestas en esquemas, gráficos, diagramas... y volcarlos en cartografía digital para apreciar la demanda potencial.

Realizar análisis conjuntos de la oferta comercial y la demanda que servirán a las Administraciones Públicas y a las empresas privadas para tomar decisiones en el mercado actual de la isla.

Etapas



Centros Comerciales y demanda potencial



Resultados previstos y aplicaciones

Obtener un modelo 3D de la isla que permita apreciar la demanda potencial de la misma a partir de los Centros Comerciales existentes. Y a partir del análisis obtenido poder responder a las siguientes preguntas: ¿Dónde está la demanda? ¿Cómo se comporta? ¿Qué ocurre cuando se implanta un Centro Comercial?

Además se podrá aplicar la metodología obtenida a cualquier otra isla.