Anexo 1:
Encuesta a consumidores y empresarios

Cámara Castellón

Ajuntament de Vila-real

Encuesta a consumidores y empresarios

Fase 1. Acciones de escucha activa y participación para la elaboración de un diagnóstico participativo

Plan Director del Comercio y Servicios Locales de Vila-real

Contenido

Contenido 2
Introducción 4
Objetivos 5
Objetivo general 5
Objetivos específicos para residentes 5
Objetivos específicos para empresarios 5
Metodología 6
Residentes 6
Cálculo y tamaño de la muestra 6
Criterios de inclusión 6
Elaboración del cuestionario 6
Trabajo de campo 6
Empresarios 6
Cálculo y tamaño de la muestra 6
Criterios de inclusión 6
Elaboración del cuestionario 6
Trabajo de campo 6
Resultados 7
Residentes 7
Vida en Vila-real y percepción de la ciudad 7
Vida en el barrio 14
Percepción sobre el centro de Vila-real 15
Caracterización de la muestra 19
Empresarios 26
Características del empresario y del negocio 26
Situación actual de los negocios y del entorno comercial 31
Medidas y propuestas de actuación 33
Otras cuestiones 37
Conclusiones 41
Consumidores 41

Empresarios..... 43
Anexos..... 45
Índice de tablas..... 45
Índice de gráficos..... 45
Índice de figuras..... 45
Cuestionario..... 46
Residentes..... 46
Empresarios..... 53

Introducción

El **Plan Director del Comercio y Servicios Locales de Vila-real** es una iniciativa estratégica impulsada por el Ayuntamiento de Vila-real en colaboración con la Cámara de Comercio de Castellón, orientada a impulsar y revitalizar el sector comercial y de servicios de la ciudad. Este Plan se concibe como una herramienta de planificación a medio y largo plazo que busca responder a los desafíos actuales del comercio local, adaptándolo a las nuevas realidades del mercado y a las necesidades de los consumidores, al tiempo que fomenta un entorno urbano más dinámico, accesible y competitivo.

El Plan Director se desarrolla en el marco de la **Agenda Urbana de Vila-real**, destacando el objetivo de fortalecer la **economía urbana y el empleo local** mediante la consolidación del comercio de proximidad como motor social y económico de la ciudad. Este enfoque pone en valor el papel central que desempeñan los establecimientos comerciales y de servicios en la vitalidad urbana y en la cohesión social, generando actividad, dinamismo y bienestar tanto para residentes como para visitantes.

Asimismo, el Plan se apoya en un enfoque **participativo**, recogiendo información a través de encuestas y dinámicas de participación para incorporar la visión de comerciantes, asociaciones empresariales, consumidores y ciudadanía. De esta forma, se pretende identificar fortalezas, retos y oportunidades, incorporando también aspectos transversales como la digitalización, la sostenibilidad y la accesibilidad.

En este contexto, el presente informe constituye una aportación inicial al proceso de diagnóstico del Plan Director, mediante el análisis de percepciones, hábitos y valoraciones de residentes y empresarios sobre la vida urbana, la oferta comercial y los espacios de convivencia en Vila-real.

A partir del objetivo 7 de la Agenda Urbana —centrado en la **economía urbana y el empleo local**— se definen los objetivos principales del Plan Director del Comercio y Servicios Locales de Vila-real, que son:

- Reactivar las zonas comerciales.
- Mejorar la infraestructura y los servicios urbanos.
- Impulsar la digitalización y el marketing del comercio local.
- Diversificar la oferta comercial y de servicios.
- Fomentar la sostenibilidad y la accesibilidad en el día a día de los vecinos.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la percepción y los hábitos de consumo de la ciudadanía, así como la visión de los empresarios locales, con el fin de identificar necesidades, oportunidades y áreas de mejora relacionadas con el comercio y los servicios locales de Vila-real.

Objetivos específicos para residentes

- Describir la percepción general de la ciudadanía sobre aspectos clave de la vida en Vila-real (calidad de vida, seguridad, limpieza, movilidad, ocio y facilidad para comprar).
- Identificar qué zonas del municipio se asocian más al ocio, la vida social, el deporte y el consumo cotidiano.
- Analizar la frecuencia con la que la población sale fuera de Vila-real para realizar compras y actividades, y en qué tipos de consumo ocurre con mayor regularidad.
- Detectar las principales razones por las que parte de la ciudadanía prefiere comprar o consumir fuera del municipio.
- Conocer qué elementos se consideran clave para definir Vila-real como una ciudad viva y atractiva.
- Identificar en qué ámbitos se percibe que el Ayuntamiento debería centrarse para reforzar la vitalidad urbana y comercial del municipio.
- Explorar los valores de consumo de la población (preferencia por comercio de confianza, comparativa de precios, influencia de redes, compra online, sostenibilidad y búsqueda de experiencia).
- Recoger propuestas ciudadanas para reactivar el comercio local y mejorar la experiencia urbana asociada a la compra.

Objetivos específicos para empresarios

- Caracterizar el perfil del tejido empresarial y su negocio (sector, localización, antigüedad, perfil del empresario y del cliente).
- Analizar la percepción empresarial sobre la evolución del entorno comercial (negocios abiertos, afluencia, atractivo urbano, diversidad, accesibilidad, apoyo institucional y digitalización).
- Identificar, desde la visión empresarial, los motivos principales por los que los consumidores deciden comprar o consumir fuera de Vila-real.
- Explorar qué factores se consideran más relevantes para que Vila-real se perciba como una ciudad viva (eventos, fútbol, centro urbano, restauración, etc.).
- Analizar el grado de acuerdo empresarial con diferentes medidas de reactivación del centro y del comercio local.
- Conocer la expectativa de futuro del empresariado local sobre la continuidad y evolución de su actividad en los próximos cinco años.

Metodología

Residentes

Cálculo y tamaño de la muestra

El tamaño muestral inicial se calculó tomando como universo a la población de Vila-real mayor de 18 años. Utilizando la fórmula n = (Z^2 * p * q) / E^2, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% el tamaño muestral estimado fue de **387 personas**.

Criterios de inclusión

Para participar en la investigación era necesario ser **mayor de 16 años** y residente en Vila-real.

Elaboración del cuestionario

Trabajo realizado por PATECO.

Trabajo de campo

El trabajo de campo de la investigación **se inició el día 11 de diciembre de 2025 y se finalizó el día 21 de diciembre del 2025.** La investigación fue difundida en línea utilizando Facebook e Instagram para obtener la muestra deseada.

Empresarios

Cálculo y tamaño de la muestra

El tamaño muestral se ha establecido en **100 empresarios**. Dadas las características del universo de estudio, formado por un tejido empresarial heterogéneo y de difícil delimitación exacta, y la metodología de captación presencial, se ha optado por una muestra significativa que permite obtener una visión representativa de las percepciones, necesidades y problemáticas del comercio y los servicios de Vila-real.

Criterios de inclusión

Para participar en la investigación era necesario ser **mayor de edad** (mayor o igual a 18 años) y tener un comercio o servicio en Vila-real.

Elaboración del cuestionario

Trabajo realizado por PATECO.

Trabajo de campo

El trabajo de campo de la investigación **se inició el día 10 de diciembre de 2025 y se finalizó el día 16 de marzo del 2026.** La recogida de información se realizó principalmente mediante la entrega presencial de cuestionarios en los establecimientos del municipio, que los empresarios cumplimentaban y se recogían posteriormente. De forma complementaria, también fue difundida en línea utilizando Facebook e Instagram para obtener la muestra deseada.

Resultados

Residentes

Vida en Vila-real y percepción de la ciudad

Las respuestas muestran una visión globalmente positiva de Vila-real como lugar para vivir. La **calidad de vida** destaca como el elemento mejor valorado, con una mayoría muy clara de respuestas en "bien" y "muy bien". La **facilidad para moverse andando** obtiene un resultado similar, lo que refuerza la imagen de una ciudad cómoda para desplazarse a pie. También la **seguridad ciudadana** se sitúa en una franja favorable, aunque en este caso aparece un bloque importante de valoraciones intermedias.

En cambio, emergen con fuerza dos problemas estructurales: **la limpieza urbana y la facilidad para moverse en vehículo y aparcar**, que concentran un volumen alto de respuestas en "mal" y "muy mal".

Otros ámbitos como **servicios públicos, oferta cultural, ocio** y **restauración** se mueven en un terreno más moderado.

Tabla 1. Opinión sobre diferentes aspectos relacionados con vivir en Vila-real

	Muy mal		Mal		Normal		Bien		Muy bien	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Calidad de vida	3	0,8%	13	3,4%	68	17,6%	192	49,6%	111	28,7%
Servicios y equipamientos públicos	19	4,9%	78	20,2%	122	31,5%	140	36,2%	28	7,2%
Seguridad ciudadana	10	2,6%	33	8,5%	124	32,0%	151	39,0%	69	17,8%
Limpieza urbana	87	22,5%	110	28,4%	97	25,1%	78	20,2%	15	3,9%
Facilidad para moverse en vehículo y aparcar	72	18,6%	155	40,1%	98	25,3%	52	13,4%	10	2,6%
Facilidad para moverse andando	2	0,5%	16	4,1%	71	18,3%	179	46,3%	119	30,7%
Calidad ambiental	28	7,2%	95	24,5%	159	41,1%	91	23,5%	14	3,6%
Oferta cultural	28	7,2%	107	27,6%	136	35,1%	98	25,3%	18	4,7%
Oferta de ocio	47	12,1%	138	35,7%	128	33,1%	62	16,0%	12	3,1%
Facilidad para realizar compras	27	7,0%	108	27,9%	128	33,1%	98	25,3%	26	6,7%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: En una escala del 1 al 5, nos gustaría que calificaras según tu opinión, los siguientes aspectos relacionados con vivir en Vila-real.

Los resultados dibujan un patrón urbano muy marcado: **el centro funciona como el gran polo de vida social y cultural, mientras que los barrios concentran lo cotidiano.**

Cuando se trata de ocio, socialización o actividades culturales, la mayoría se desplaza al centro: allí se queda con otras personas, se sale de noche, se asiste a actuaciones y se realizan actividades de entretenimiento.

En contraste, los servicios personales y de rutina tienden a resolverse en el propio barrio, como ocurre con peluquería o estética. Las actividades deportivas y de aire libre muestran un reparto más equilibrado, con un peso importante de zonas específicas como Madrigal o Piscinas, lo que refleja que la presencia de equipamientos condiciona dónde se practica deporte.

En el caso de las compras, aunque el centro sigue siendo el lugar principal, aparece ya un porcentaje relevante que declara comprar fuera de Vila-real, anticipando una cierta fuga comercial hacia otros municipios.

Tabla 2. Preferencias espaciales de la población para actividades habituales en Vila-real

	Mi barrio o zona de residencia		Centro		Zona Avenida Alemania - Italia		Zona Piscinas		Zona Cariñena		Zona Madrigal		Zona El Pilar		Prefiero fuera de Vila-real		No hago eso	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Pasear	76	19,6%	138	35,7%	9	2,3%	37	9,6%	8	2,1%	71	18,3%	17	4,4%	29	7,5%	2	0,5%
Encontrarme con otras personas, relacionarme...	53	13,7%	278	71,8%	4	1,0%	14	3,6%	7	1,8%	9	2,3%	8	2,1%	9	2,3%	5	1,3%
Hacer deporte / actividades al aire libre / pasear a mis mascotas	83	21,4%	8	2,1%	22	5,7%	85	22,0%	13	3,4%	105	27,1%	12	3,1%	35	9,0%	24	6,2%

Ir de compras	39	10,1%	230	59,4%	4	1,0%	2	0,5%	3	0,8%	0	%	5	1,3%	95	24,5%	9	2,3%
Ir a comer o cenar fuera de cada (por ocio)	39	10,1%	226	58,4%	21	5,4%	17	4,4%	8	2,1%	15	3,9%	4	1,0%	49	12,7%	8	2,1%
Ir de copas, ir a bailar, ocio nocturno	9	2,3%	245	63,3%	1	0,3%	3	0,8%	3	0,8%	3	0,8%	1	0,3%	41	10,6%	81	20,9%
Ir a la peluquería / centro de belleza y estética	167	43,2%	81	20,9%	12	3,1%	53	13,7%	13	3,4%	4	1,0%	11	2,8%	20	5,2%	26	6,7%
Acompañar a los niños (hijos, nietos…) a jugar	150	38,8%	28	7,2%	4	1,0%	40	10,3%	13	3,4%	12	3,1%	14	3,6%	8	2,1%	118	30,5%
Asistir a actuaciones, conciertos, exposiciones…	12	3,1%	232	59,9%	1	0,3%	6	1,6%	0	%	6	1,6%	4	1,0%	78	20,2%	48	12,4%
Ir a reuniones sociales, de voluntariado o a celebraciones religiosas	61	15,8%	132	34,1%	5	1,3%	3	0,8%	5	1,3%	2	0,5%	2	0,5%	11	2,8%	166	42,9%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿En qué zonas de Vila-real disfrutas más cuando haces las siguientes actividades?

Las respuestas indican que salir de Vila-real forma parte del comportamiento habitual de consumo, especialmente en determinadas categorías. Las compras de **ropa, calzado y artículos personales se realizan fuera con una frecuencia considerable**: el grupo más numeroso afirma hacerlo varias veces al mes. Lo mismo ocurre con la visita a grandes superficies y centros comerciales, donde también predomina la frecuencia mensual repetida.

En cambio, **la restauración y la cultura fuera del municipio tienden a ser más ocasionales**: aunque existe un porcentaje importante que sale varias veces al mes, la respuesta más común es "raras veces", lo que sugiere que estos desplazamientos se concentran en momentos puntuales más que en rutinas. En conjunto, se aprecia que el consumo "de variedad" y de formatos comerciales amplios se canaliza fuera con mayor regularidad que el ocio cultural o gastronómico.

Tabla 3. Frecuencia en la que se sale de Vila-real para hacer determinadas actividades

	Casi diariamente		Varias veces a la semana		Varias veces al mes		Raras veces		Nunca		No hago eso	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ir de compras de ropa, calzado u otros artículos personales	11	2,8%	24	6,2%	196	50,6%	137	35,4%	15	3,9%	4	1,0%
Comprar productos para casa o electrónica (electrodomésticos, muebles, informática…)	6	1,6%	5	1,3%	95	24,5%	235	60,7%	35	9,0%	11	2,8%
Asistir a grandes centros comerciales o grandes superficies fuera de Vila-real	11	2,8%	28	7,2%	199	51,4%	132	34,1%	12	3,1%	5	1,3%
Asistir a acontecimientos culturales, cine, conciertos o teatro	2	0,5%	7	1,8%	142	36,7%	202	52,2%	15	3,9%	19	4,9%
Salir de ocio nocturno (bares, pubs, discotecas) en otras ciudades	2	0,5%	11	2,8%	82	21,2%	189	48,8%	34	8,8%	69	17,8%
Ir a restaurants o cafeterías fuera de Vila-real	4	1,0%	20	5,2%	141	36,4%	194	50,1%	20	5,2%	8	2,1%
Practicar deporte o actividades que no encuentro en Vila-real	8	2,1%	21	5,4%	45	11,6%	125	32,3%	134	34,6%	54	14,0%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Con qué frecuencia sales de Vila-real para hacer las siguientes actividades?

El motivo dominante es la percepción de **una mayor variedad de oferta fuera de Vila-real**, señalada por una gran mayoría. Esta razón aparece muy por encima del resto, lo que indica que la fuga comercial se explica principalmente por la sensación de que en otros lugares se encuentra más diversidad de tiendas y productos.

A partir de ahí aparecen motivos secundarios pero significativos: la idea de que fuera existe un **ambiente más atractivo o moderno**, la **búsqueda de mejores precios u ofertas y la comodidad asociada a la movilidad y al aparcamiento**.

En conjunto, la tabla sugiere que el reto no es solo económico, sino también de experiencia urbana y percepción de modernidad: se valora tanto el acceso a mayor variedad como el contexto en el que se compra (ambiente, comodidad y facilidad de desplazamiento).

Tabla 4. Principales razones por las que se prefiere comprar o hacer actividades fuera de Vila-real.

Valor	n	%
Mayor variedad de oferta, encuentro tiendas, productos o actividades que no hay en Vila-real	306	79,1%
Ambiente más atractivo, zonas comerciales más animadas o modernas	122	31,5%
Mejores precios u ofertas, los mismos productos o servicios resultan más baratos	108	27,9%
Comodidad/accesibilidad: me es más fácil o rápido llegar o aparcar que en Vila-real	108	27,9%
Porque puedo complementar la compra con ocio y otros servicios	77	19,9%
Cambio de aires o costumbre personal: me gusta salir de Vila-real de vez en cuando	42	10,9%
Porque aprovecho que estudio/trabajo en otras localidades	40	10,3%
Otras razones	39	10,1%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Cuáles son las principales razones por las cuales a veces prefieres ir a comprar o hacer actividades fuera de Vila-real? Puedes escoger tres razones, las que consideres más importantes.

Las respuestas atribuyen la vitalidad urbana principalmente a elementos que generan **interacción social y eventos colectivos**.

La **restauración** y el **ocio social** aparecen como el factor más mencionado, seguidos muy de cerca por las **fiestas locales** y las **ferias tradicionales**, que actúan como grandes dinamizadores. El **fútbol** y los **eventos deportivos** también se sitúan como uno de los motores más potentes, evidenciando el peso del deporte como identidad y actividad comunitaria. Además, la **cultura** y el **centro urbano** aparecen como componentes relevantes de la vida urbana.

Sin embargo, destaca una **proporción nada despreciable de respuestas que expresan directamente una visión negativa**, señalando que el municipio se percibe como poco vivo o con escaso atractivo. Este dato introduce un matiz importante: la vitalidad no se vive igual en todos los segmentos y existe una parte de la población que no se siente conectada con el dinamismo actual.

Tabla 5. Espacios, acontecimiento o actividades que hacen de Vila-real una ciudad viva.

	n	%
Restauración, bares y zonas de ocio social (zona de tascas, tardeo, ocio nocturno)	201	51,9 %
Fiestas locales y ferias tradicionales (fiestas patronales, Feria de Santa Catalina, Navidad, Reyes, ferias medievales, festejos taurinos, etc.)	184	47,5 %
Fútbol y eventos deportivos (Villarreal CF, Estadio de la Cerámica, competiciones y actividades deportivas)	172	44,4 %
Actividades culturales (teatro de calle, auditorio, conciertos, exposiciones, festivales culturales)	163	42,1 %
Centro urbano como espacio de vida y encuentro (Plaza Mayor, mercado, calles centrales, zonas peatonales)	149	38,5 %
Comercio local y oferta comercial	118	30,5 %
Espacios verdes y parques urbanos (Ermita, Termet, parques infantiles, zonas naturales y de paseo)	104	26,9 %
Ocio infantil y juvenil (actividades y espacios para niños, adolescentes y jóvenes)	96	24,8 %
Asociaciones locales y actividades comunitarias (entidades culturales, vecinales, voluntariado y tejido asociativo)	71	18,3 %
Mercados y actividades comerciales temporales (Mercado Central, mercadillos, rutas gastronómicas, ferias comerciales)	68	17,6 %
Percepción negativa de la vitalidad urbana (valoraciones críticas sobre la falta de vida, actividad o atractivo de la ciudad)	81	20,9 %
No sabe / No identifica espacios, eventos o actividades	52	13,4 %

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Qué espacios, acontecimiento o actividades crees que hacen que la ciudad esté viva? Indícalos a continuación, Respuesta abierta.

Las propuestas se concentran en una demanda muy clara de dinamización urbana. **Cultura y ocio** aparecen como el ámbito prioritario, lo que se traduce en una necesidad de programación continua, actividades y espacios que generen movimiento. Muy cerca se sitúa el **refuerzo del comercio** y la **revitalización del centro**, señalando que la ciudadanía percibe el eje comercial como una pieza clave para que la ciudad tenga vida.

También hay una **demanda relevante asociada al cuidado urbano**: limpieza, mantenimiento, urbanismo y mejora del espacio público, que encaja con las malas valoraciones que recibe la limpieza en el bloque general.

Finalmente, la creación o mejora de **zonas verdes** y **espacios de recreo** aparece como una medida que contribuiría a una ciudad más habitable y social, especialmente para públicos familiares. En conjunto, se observa que "una ciudad viva" **se asocia tanto a actividad como a calidad del entorno urbano**.

Tabla 6. Aspectos en los que debe centrarse el Ayuntamiento para hacer de Vila-real una ciudad más viva y atractiva

Categoría	n	%
Cultura y ocio (teatro, conciertos, monólogos, actividades culturales en general, programación para todas las edades)	147	38,9%
Comercio y dinamización del centro (apoyo a comercios locales, apertura de nuevas tiendas, incentivos fiscales, revitalización del centro)	142	37,6%
Limpieza, mantenimiento y urbanismo (limpieza de calles, parques, mantenimiento de espacios públicos, iluminación, seguridad vial)	109	28,8%
Espacios verdes y áreas de recreo (parques, zonas verdes, parques infantiles, zonas para mascotas, espacios abiertos para ocio)	98	25,9%
Ocio para jóvenes y adolescentes (actividades, zonas de encuentro, ocio alternativo, lugares de esparcimiento)	87	23,0%
Actividades para infancia y familias (actividades lúdicas, parques, talleres infantiles, actividades familiares)	76	20,1%
Transporte, aparcamiento y movilidad (facilidades de aparcamiento, accesibilidad, circulación de vehículos, peatonalización)	33	8,7%
Promoción turística, eventos y fiestas locales	30	7,9%
Otros / Mejoras generales (acciones diversas, propuestas concretas varias, sin categoría clara)	28	7,4%
No sabe / sin respuesta	9	2,4%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿En qué debería centrarse el Ayuntamiento para hacer de Vila-real una ciudad más viva y atractiva? Respuesta abierta.

Vida en el barrio

El barrio se percibe como un **espacio con fuerte arraigo emocional**, ya que una mayoría expresa que seguiría viviendo en el mismo si pudiera escoger. Además, la **seguridad en el barrio es bien valorada**, con predominio de acuerdo. No obstante, aparecen tensiones relevantes que afectan a la vida de proximidad y una de las más destacadas es la **falta de actividades o espacios que animen la vida social del barrio**.

Pero el dato más contundente es la **preocupación por el cierre de locales**, lo que indica una inquietud generalizada por el debilitamiento del tejido comercial y, por extensión, por el **deterioro de la vida urbana a escala local**.

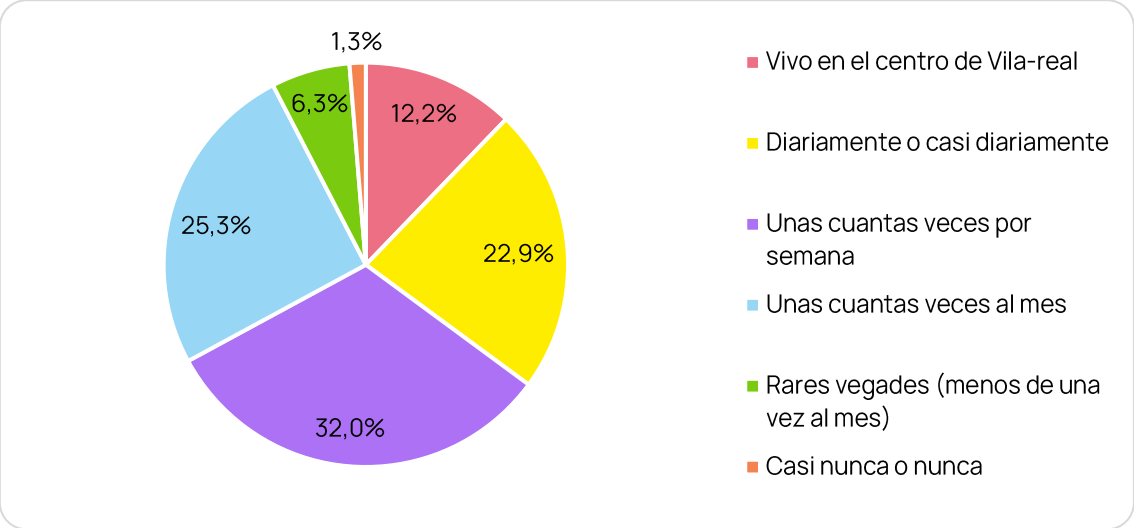
Tabla 7. Grado de acuerdo con diferentes afirmaciones sobre Vila-real

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni acuerdo ni desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Encuentro la mayoría de los servicios y comercios básicos que necesito.	43	11,1%	84	21,7%	75	19,4%	146	37,7%	39	10,1%
Hay una oferta comercial variada y con vida durante el día.	50	12,9%	111	28,7%	112	28,9%	97	25,1%	17	4,4%
Me siento seguro/a en mi barrio de día y de noche.	21	5,4%	55	14,2%	83	21,4%	165	42,6%	63	16,3%
El comercio local y la hostelería dan vida a mi barrio.	44	11,4%	78	20,2%	90	23,3%	137	35,4%	38	9,8%
Los espacios públicos y servicios municipales están bien cuidados.	78	20,2%	128	33,1%	97	25,1%	77	19,9%	7	1,8%
En mi barrio faltan actividades o espacios que animen la vida social (mercados ambulantes, cultura, ocio, etc.)	13	3,4%	33	8,5%	95	24,5%	152	39,3%	94	24,3%
Me preocupa que cada vez haya más locales comerciales cerrados en mi barrio.	6	1,6%	13	3,4%	42	10,9%	138	35,7%	188	48,6%
Las campañas y promociones del comercio que realiza el Ayuntamiento llegan a mi barrio.	57	14,7%	108	27,9%	114	29,5%	84	21,7%	24	6,2%
Mi barrio está cambiando y noto mejoras o nuevas oportunidades en los últimos años.	80	20,7%	133	34,4%	126	32,6%	40	10,3%	8	2,1%
Si pudiese escoger, continúa viviendo en el mismo barrio.	19	4,9%	35	9,0%	57	14,7%	142	36,7%	134	34,6%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Indica tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el barrio o zona en la cual vives dentro de Vila-real.

Percepción sobre el centro de Vila-real

Figura 1. Frecuencia de visita al centro de Vila-real



Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Con qué frecuencia visitas el centro de Vila-real?

El centro se define como un espacio al que se acude principalmente por **motivos sociales y de ocio**. La razón más frecuente es ir a **bares, restaurantes o cafeterías**, seguida muy de cerca por **pasear o quedar con amistades**, lo que confirma el rol del centro como lugar de encuentro.

También tiene un peso importante su **función institucional**: muchas personas afirman ir por **gestiones o trámites.** Las **compras** en tiendas del centro aparecen como uno de los motivos relevantes, aunque **no lideran el listado**. En conjunto, se observa que la vida en el centro se sostiene sobre todo por el componente social y por la actividad diaria ligada a servicios, más que por el acto de compra como motor principal.

Tabla 8. Motivos o actividades por las que se suele ir al centro de Vila-real

	n	%
Voy al centro para ir a bares, restaurantes o cafeterías	220	60,9%
Me gusta pasear o quedar con amigos por el centro (disfrutar del ambiente, plazas, terrazas, etc.)	188	52,1%
Realizo gestiones, trámites o visitas (bancos, correos, gestiones en el Ayuntamiento, oficinas, visitas a clínicas...)	179	49,6%
Voy de compras a tiendas del centro	156	43,2%
Asistir a acontecimiento culturales, festividades o actos públicos que se celebran en el centro	119	33,0%
Voy a otros negocios (peluquerías, centros de estética, belleza, talleres...)	61	16,9%
Trabajo o estudio en el centro, por eso voy habitualmente	33	9,1%
Otro motivos o razones	23	6,4%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Cuáles son los principales motivos o actividades por los cuales suele ir al centro de Vila-real? Respuesta múltiple, seleccione todas las opciones que consideres. n=355

Tabla 9. Otros motivos o razones de *Tabla 8*

Categoría	n
Vida familiar / hijos (llevar a hijos a actividades, terapias, cuidado de familiares)	6
Residencia / cercanía al centro (vivir en el centro, tener familiares en el centro)	6
Pasear y ocio personal (pasear, socializar, hacer tiempo libre)	5
Gestión de trámites / compras / recados (gestiones varias, ir a trabajar, etc.)	3
Otros motivos / no especificado	2
Eventos / ferias	1

Fuente: elaboración propia. n=23

Las razones para no visitar el centro se articulan alrededor de una percepción de **falta de atractivo y falta de oferta**. El motivo más repetido es que no hay comercios o servicios de interés suficientes, lo que enlaza con la idea general de déficit de variedad.

En paralelo, muchas personas declaran **preferir otros municipios cercanos**, lo que confirma que el centro compite con entornos más potentes comercialmente (como Castelló). Además, una parte importante señala que **el centro "no es atractivo" o "le falta ambiente"**, y se menciona de manera explícita la falta de innovación o modernidad del comercio. Esta combinación de motivos sugiere que el problema no es un único factor: **se trata de una mezcla de oferta insuficiente, experiencia urbana poco estimulante y competencia externa consolidada**.

Tabla 10. Motivos por los que NO se visita el centro de Vila-real

	n	%
El centro no tiene comercios o servicios que a mí me interesan (no encuentro allí nada en particular)**.**	17	60,7%
Cuando salgo, prefiero ir a Castelló o en otros municipios de compras o de ocio, en vez de ir al centro de Vila-real.	15	53,6%
El centro no me parece atractivo: hay poco ambiente o comercios poco innovadores, calles poco cuidadas, etc.	14	50,0%
Me resulta más cómodo quedarme en mi barrio u otras zonas; el centro me pilla lejos o no lo frecuento por rutina.	10	35,7%
Falta ofrece de ocio/actividades que me motivan a ir al centro (por ejemplo, acontecimientos, mercadillos, etc.)**.**	10	35,7%
Ir al centro es incómodo por el aparcamiento u otros problemas de acceso.	9	32,1%
Los comercios o negocios que hay en el centro son demasiado caros para mí o no encajan en el que busco.	8	28,6%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Cuáles son las principales razones por las cuales NO visita con más frecuencia el centro de Vila-real? Respuesta múltiple, seleccione todas las opciones que consideres. n= 29

Las propuestas muestran un consenso muy alto en torno a un **modelo de revitalización integral**. La idea más respaldada es **aumentar la oferta de tiendas y la variedad comercial**. También se demanda un **centro con más dinamismo**. Destaca igualmente el **deseo de un Mercat Central más vivo y atractivo**, reforzándolo como motor urbano y no solo como equipamiento comercial.

Además, se reclama **mejorar el confort urbano**, con más sombra, zonas verdes, bancos y espacios para estar. Finalmente, aunque con algo menos de intensidad, se pide **facilitar el acceso al centro**, ya sea mediante aparcamiento o transporte público.

Tabla 11. Grado de acuerdo en cambios o mejoras que podrían animar a visitar el centro de Vila-real

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni acuerdo ni desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Si hubiera más tiendas y variedad de comercios	6	1,6%	4	1,0%	31	8,0%	148	38,2%	198	51,2%
Si hubiera más tiendas de marcas conocidas	5	1,3%	19	4,9%	85	22,0%	121	31,3%	157	40,6%
Si hubiera más bares, restaurantes y terrazas	10	2,6%	16	4,1%	128	33,1%	134	34,6%	99	25,6%
Si hubiera más ocio nocturno	20	5,2%	38	9,8%	115	29,7%	117	30,2%	97	25,1%
Si se hicieron más acontecimientos, música, mercados o actividades en sus calles	5	1,3%	5	1,3%	48	12,4%	162	41,9%	167	43,2%
Si fuera más fácil aparcar o llegar en bus	14	3,6%	26	6,7%	79	20,4%	114	29,5%	154	39,8%
Si estuviera mejor conectado con mi barrio para ir a pie a través de calles peatonales o calles cómodas	34	8,8%	56	14,5%	172	44,4%	78	20,2%	47	12,1%
Si hubiera más cosas para niños y familias	9	2,3%	16	4,1%	94	24,3%	146	37,7%	122	31,5%
Si estuviera más cuidada, tuviera mejor ambiente y aspecto	4	1,0%	25	6,5%	92	23,8%	144	37,2%	122	31,5%
Si el Mercat Central y su entorno tuvieron más vida	4	1,0%	11	2,8%	48	12,4%	154	39,8%	170	43,9%
Si hubiera más sombra, zonas verdes, árboles y/o bancos para descansar	3	0,8%	10	2,6%	67	17,3%	147	38,0%	160	41,3%
Si fuera más tranquilo y seguro	25	6,5%	51	13,2%	152	39,3%	97	25,1%	62	16,0%
Si transmitiera más alegría y modernidad	8	2,1%	10	2,6%	80	20,7%	154	39,8%	135	34,9%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Indica tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a cambios o mejoras que podrían animarte a visitar más el centro de Vila-real.

Tabla 12. Otros cambios o mejoras sugeridas por los residentes

	n	%
NS/NC	173	44,7%
Limpieza y mantenimiento de calles, plazas y espacios públicos	61	15,8%
Ocio, cultura y actividades para niños, jóvenes y adultos	57	14,7%
Más comercios y oferta comercial	43	11,1%
Espacios verdes y zonas para pasear o sentarse	36	9,3%
Mejora de infraestructuras y accesibilidad (rampas, parquin, calles...)	24	6,2%
Iluminación y seguridad	18	4,7%
Concienciación ciudadana y respeto por normas (gente, perros, ruido)	14	3,6%
Restauración, cafeterías, locales de ocio	11	2,8%
Vida y servicios de barrio / cercanía al centro	8	2,1%

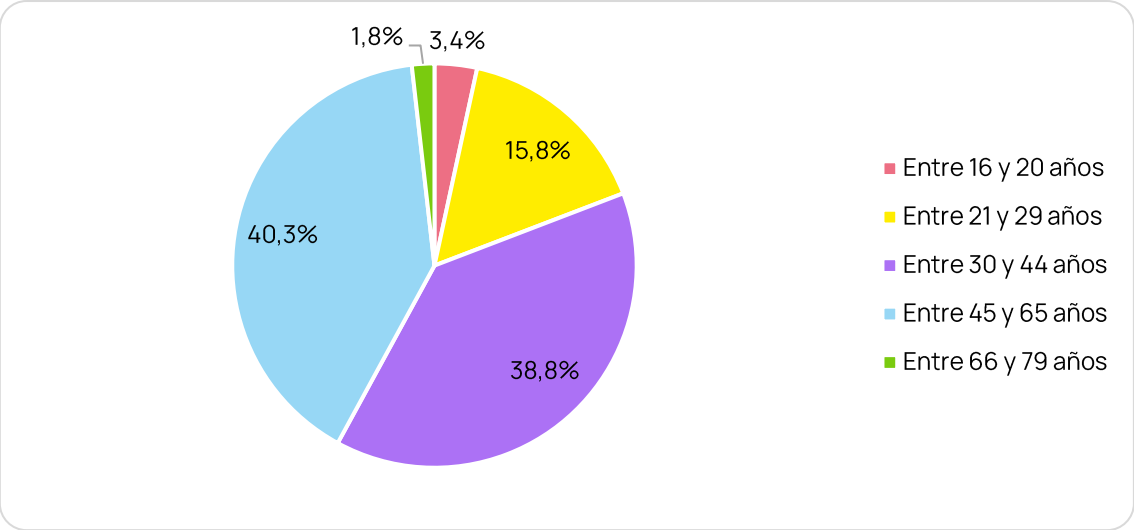
Fuente: elaboración propia. Pregunta: Otros cambios o mejoras que te gustaría añadir. Escribe tu respuesta si lo deseas. Respuesta abierta.

Caracterización de la muestra

La distribución por edad muestra que el grupo con mayor presencia en la muestra es el de **personas adultas de mediana edad**, que concentra el porcentaje más elevado de respuestas. En cuanto al **género**, el porcentaje mayor corresponde a **mujeres**, que representan el grupo más numeroso de la muestra.

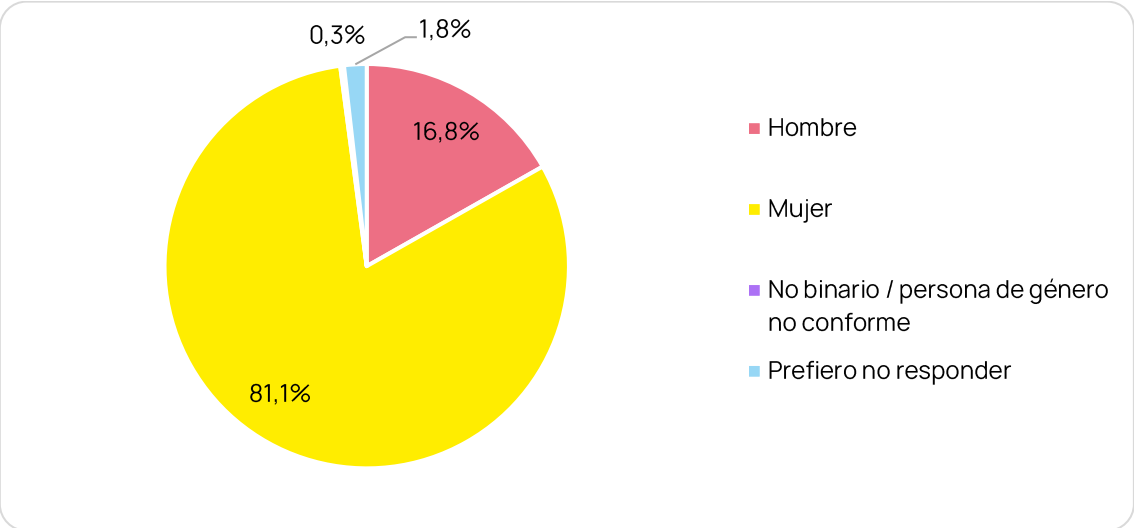
La muestra está compuesta mayoritariamente por **población activa**: predomina claramente el empleo por cuenta ajena, con una presencia menor pero significativa de autónomos y empresarios. También hay un porcentaje de estudiantes y personas jubiladas o en otras situaciones. Este perfil es relevante porque refleja opiniones de personas con rutinas laborales y hábitos de consumo vinculados al tiempo disponible, el desplazamiento diario y la planificación del gasto.

Figura 2. Edad



Fuente: elaboración propia.

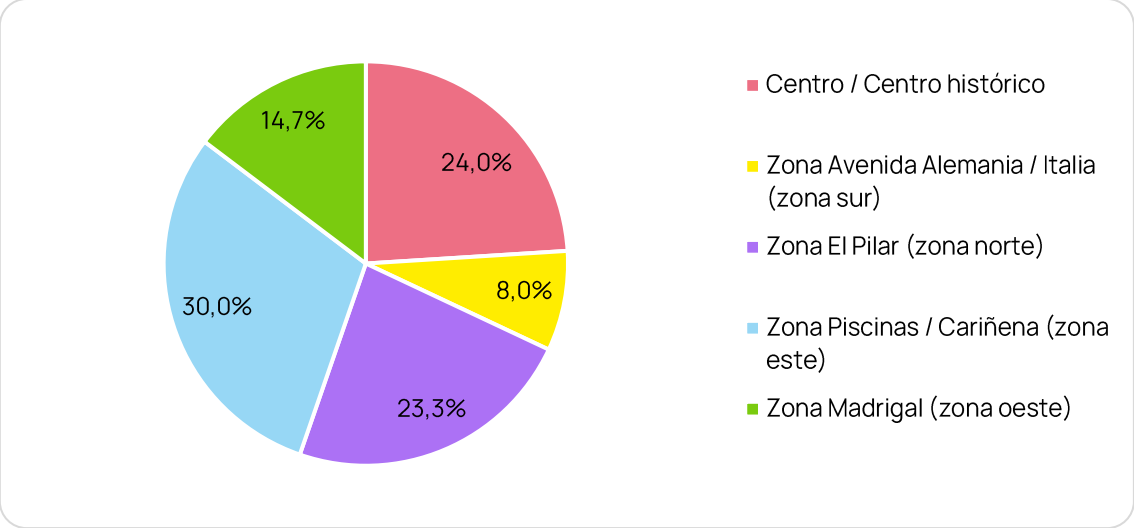
Figura 3. Género



Fuente: elaboración propia.

Respecto a la **zona de residencia**, hay una distribución similar para cada zona.

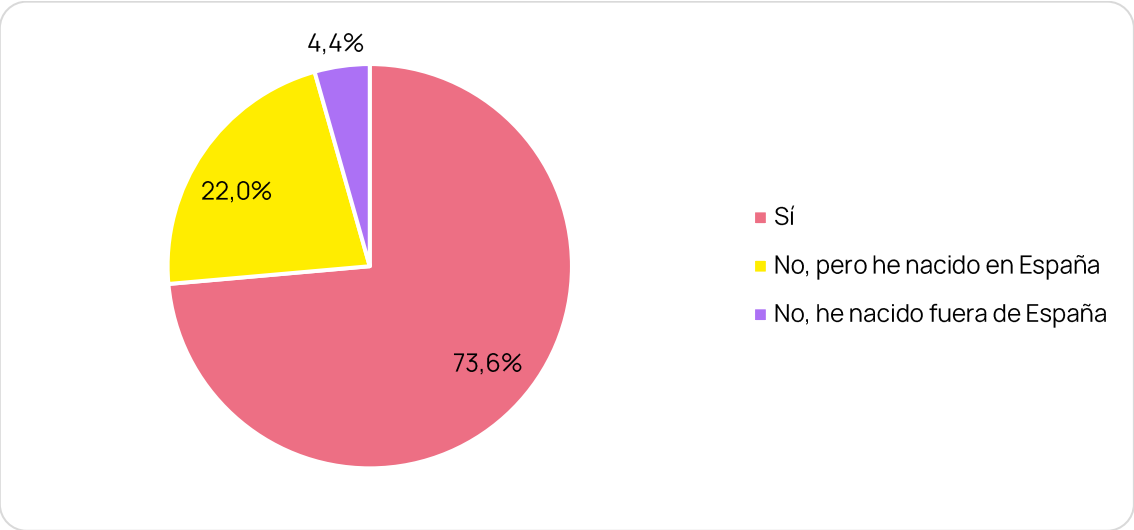
Figura 4. Zona de residencia habitual



Fuente: elaboración propia.

En relación con el **lugar de nacimiento**, el grupo mayoritario está formado por **personas nacidas en Vila-real**, siendo menor el porcentaje de residentes nacidos fuera del municipio.

Figura 5. Nacimiento en Vila-real



Fuente: elaboración propia.

Atendiendo a la **situación laboral**, el grupo más numeroso es el de **personas que trabajan por cuenta ajena**, que concentra el mayor porcentaje de la muestra. Por lo que se refiere al **sector de actividad**, el porcentaje más alto corresponde al grupo de **otros servicios**, seguido a distancia por otros sectores.

Tabla 13. Actividad actual

	n	%
Estudiante	32	8,3%
Trabajador por cuenta ajena (empleado/a)	253	65,4%
Trabajador por cuenta propia (autónomo / empresario)	42	10,9%
Jubilado/a o pensionista	22	5,7%
Parado/a	12	3,1%
Tareas de casa o cuidados no remunerados	14	3,6%
Otra situación	12	3,1%
Total	387	100%

Fuente: elaboración propia.

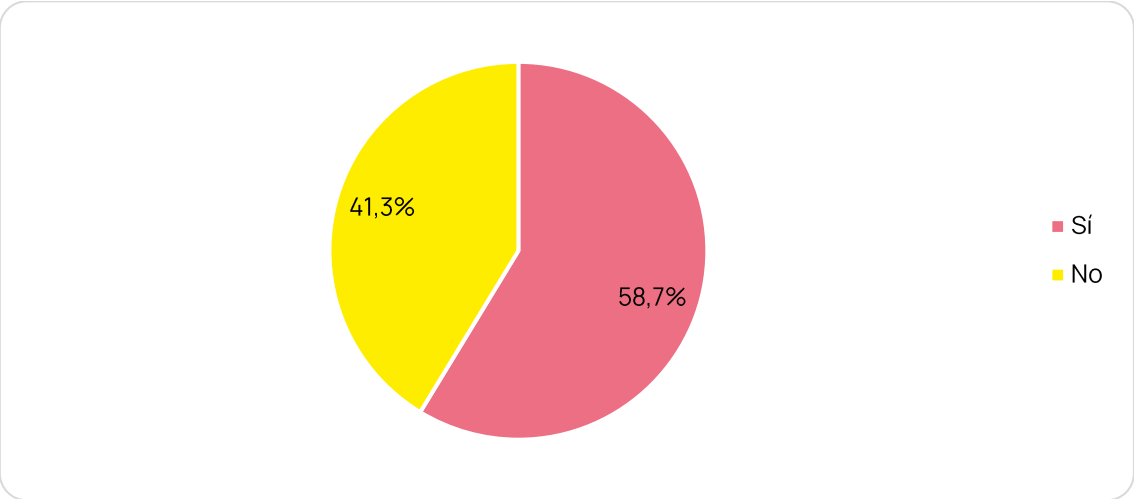
Tabla 14. Sector de trabajo

Valor	n	%
Otros servicios	130	44,1%
Administración Pública	57	19,3%
Industria	54	18,3%
Comercio	30	10,2%
Construcción	9	3,1%
Hostelería	8	2,7%
Transporte	5	1,7%
Agricultura / Ganadería	2	0,7%
Totales	295	100%

Fuente: elaboración propia.

En relación con el **vínculo funcional con el municipio**, la mayoría de las personas encuestadas **trabaja o estudia en Vila-real**.

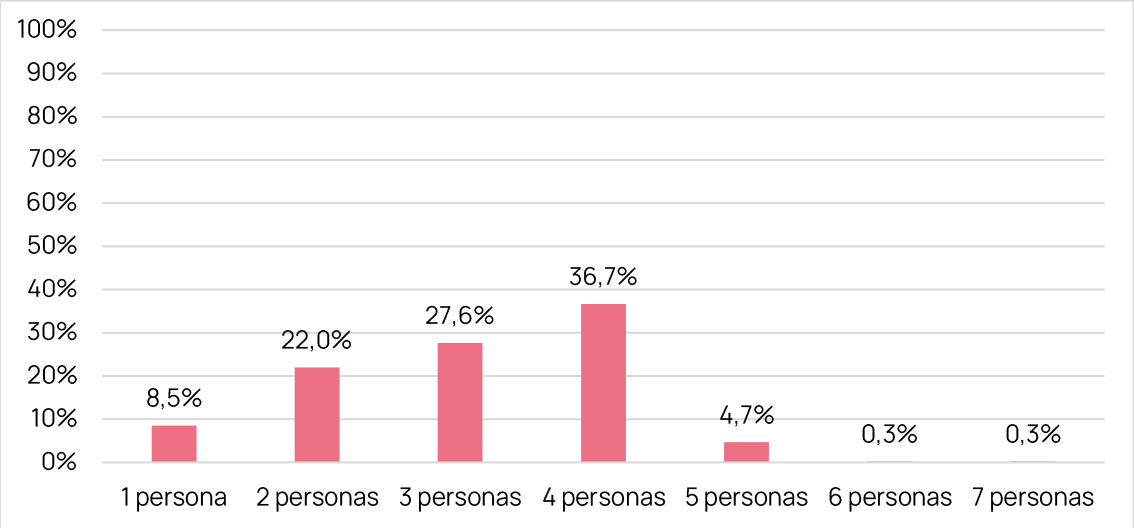
Figura 6. Residentes que trabajan o estudian en Vila-real



Fuente: elaboración propia

Finalmente, en cuanto a la **composición del hogar**, el grupo mayoritario corresponde a **hogares formados por cuatro personas**, que representan el porcentaje más alto del conjunto de la muestra.

Gráfico 1. Número de personas en el hogar



Fuente: elaboración propia.

El perfil de consumo refleja una ciudadanía que **valora el comercio local**, pero que se mueve en dinámicas contemporáneas de comparación, ofertas y compra híbrida. Una mayoría muy amplia considera que comprar en Vila-real significa apoyar la ciudad, lo que constituye una base de predisposición positiva hacia el comercio local.

Al mismo tiempo, se observa un **consumidor exigente**: busca ofertas y compara precios de forma habitual, y muestra preferencia por tiendas modernas y agradables. La **influencia de redes sociales y recomendaciones** aparece también como un factor importante en la decisión de compra, confirmando el peso de la comunicación digital.

Además, la **compra online está bastante instalada**: casi la mitad declara comprar por internet y utilizar plataformas como Amazon, Temu o Shein, lo que evidencia que la competencia del entorno digital es real y cotidiana.

Tabla 15. Forma de consumo y valores como cliente

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni acuerdo ni desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Suelo comprar en comercios de confianza, donde conozco a las personas que me atienen.	9	2,3%	29	7,5%	88	22,7%	154	39,8%	107	27,6%
Compro en marcas como Shein, Amazon, Temu, Aliexpress… si encuentro el que necesito.	29	7,5%	57	14,7%	97	25,1%	148	38,2%	56	14,5%
Suelo comparar precios y buscar ofertas antes de decidirme.	9	2,3%	19	4,9%	65	16,8%	186	48,1%	108	27,9%
Compro por internet con frecuencia porque me resulta cómodo.	25	6,5%	60	15,5%	96	24,8%	135	34,9%	71	18,3%
Prefiero productos sostenibles o respetuosos con el medio ambiente, aunque cuestan un poco más.	15	3,9%	40	10,3%	156	40,3%	140	36,2%	36	9,3%
Valoro que las tiendas sean modernas, muy diseñadas y agradables.	6	1,6%	11	2,8%	96	24,8%	203	52,5%	71	18,3%
Me influye la recomendación de amigos o redes sociales al elegir donde y que comprar.	13	3,4%	17	4,4%	111	28,7%	197	50,9%	49	12,7%

Me gusta probar tiendas nuevas y descubrir experiencias diferentes al comprar.	4	1,0%	18	4,7%	119	30,7%	185	47,8%	61	15,8%
Me gusta ir a los Centros Comerciales.	30	7,8%	57	14,7%	118	30,5%	136	35,1%	46	11,9%
Considero que comprar también es una manera de apoyar en mi ciudad y a su gente.	4	1,0%	3	0,8%	32	8,3%	199	51,4%	149	38,5%
Valoro más las experiencias que las cosas materiales; me gusta disfrutar del momento o aprender una cosa nueva.	3	0,8%	6	1,6%	74	19,1%	192	49,6%	112	28,9%
Busco productos o actividades que me ayudan a sentirme muy física o emocionalmente.	1	0,3%	5	1,3%	57	14,7%	216	55,8%	108	27,9%
Prefiero cosas prácticas, fáciles de usar o que me ahorran tiempo y complicaciones.	0	%	3	0,8%	76	19,6%	219	56,6%	89	23,0%
Si una tienda, producto o servicio no cumple mis expectativas, cambio rápidamente a otro.	1	0,3%	5	1,3%	72	18,6%	207	53,5%	102	26,4%
Concentro las compras más importantes en épocas de rebajas o campañas de descuentos (Black Friday, días sin IVA…).	24	6,2%	84	21,7%	140	36,2%	101	26,1%	38	9,8%
Prefiero comprar de manera anónima, donde no me conocen.	45	11,6%	121	31,3%	180	46,5%	32	8,3%	9	2,3%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿En qué medida te sientes identificado/a con las siguientes afirmaciones sobre tu manera de consumir y tus valores como cliente?

Las propuestas se orientan principalmente hacia la **necesidad de modernización y aumento de variedad comercial**. La demanda más repetida apunta a **ampliar la oferta y hacerla más atractiva**, lo que conecta directamente con la razón principal de la fuga de consumo hacia otros municipios.

También aparecen con fuerza las peticiones de ayudas o facilidades para comercios y autónomos, lo que sugiere que **la ciudadanía percibe barreras estructurales para sostener negocios en el municipio**. En paralelo, se menciona la necesidad de **dinamización a través de ocio y cultura**, y **acciones de promoción, descuentos o fidelización**.

En conjunto, se propone un **enfoque mixto**: mejorar la oferta y apoyar el tejido comercial, mientras se generan motivos para visitar y consumir en el centro y los barrios.

Tabla 16. Propuestas para reactivar el comercio de Vila-real y sea una ciudad comercialmente más viva y atractiva

	n	%
Variedad y modernización del comercio (introducir marcas conocidas, franquicias, tiendas juveniles y productos actuales; precios competitivos para atraer más público)	130	33,6%
Ayudas y facilidades a comercios/autónomos (facilitar apertura de negocios, reducir impuestos, subvencionar alquileres, ayudar a autónomos y pequeños comercios)	102	26,4%
Ocio y actividades culturales (actividades culturales y de ocio: música, teatro, mercadillos, rutas de tapas o gastronómicas, talleres, actividades infantiles)	88	22,7%
Promociones y fidelización (VilaBons, bonos, descuentos, promociones puntuales, programas de puntos y fidelización para incentivar compras)	70	18,1%
Mejoras urbanísticas y de limpieza (limpieza de calles, iluminación, seguridad, zonas verdes, bancos, accesibilidad y mejora estética del centro)	65	16,8%
Centros comerciales o espacios integrados (crear centros comerciales o concentraciones comerciales tipo "mini-centro comercial" en el centro o barrios)	48	12,4%
Digitalización y marketing (potenciar presencia en redes sociales, marketing digital, catálogos online, publicidad de eventos y productos)	30	7,8%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Para acabar, ¿tienes alguna idea o propuesta que quieras compartir con nosotros y que puede ayudar a reactivar el comercio de Vila-real? ¿Alguna idea sobre el que hay que hacer porque Vila-real sea una ciudad comercialmente más viva y atractiva? Adelante, exprésalo aquí. Respuesta abierta.

Características del empresario y del negocio

La distribución sectorial muestra un predominio del **comercio de moda, calzado y complementos,** seguido de una presencia diversificada de actividades comerciales y de servicios como hostelería, servicios personales. En conjunto, la muestra refleja un tejido empresarial heterogéneo con **peso relevante del comercio especializado y de los servicios de proximidad**.

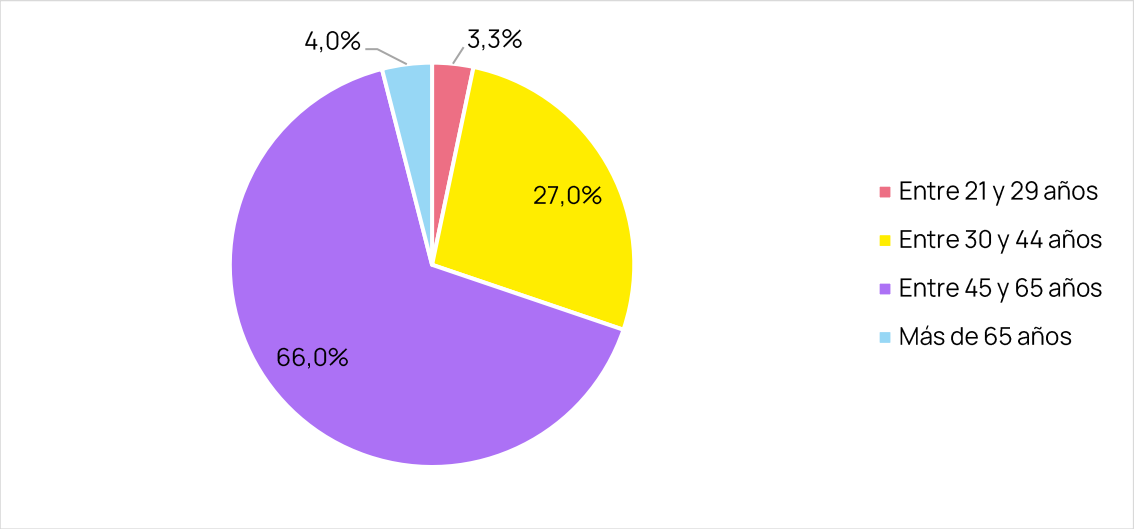
Tabla 17. Sector al que pertenecen los negocios

	n	%
Comercio de moda, calzado, complementos para la persona, joyería o relojería	26	26,0%
Hostelería y restauración	11	11,0%
Servicios personales (peluquerías, centros de estética, tatuajes, tintorerías, y otros servicios personales	9	9,0%
Comercio de libros, papelería, regalos, estancos y quioscos	6	6,0%
Servicios educativos, sanitarios o asistenciales	6	6,0%
Otras actividades y servicios	6	6,0%
Comercio de productos para la alimentación, bebidas, herboristería o productos naturales	5	5,0%
Comercio de droguería, perfumería, farmacia, parafarmacia, ópticas y/u otros productos para la salud	5	5,0%
Comercio de productos para el hogar: muebles, textil hogar, decoración, iluminación, ferretería, bricolaje, menaje, electrodomésticos, materiales de construcción…	5	5,0%
Comercio de productos para mascotas, jardinería, floristería	5	5,0%
Servicios profesionales (inmobiliarias, aseguradoras, asesorías/gestorías, despachos profesionales, estudios…)	10	4,4%
Comercio de productos para el deporte, ocio o arte	2	2,0%
Comercio de productos de tecnología, informática, telefonía, fotografía	2	2,0%
Talleres y reparación	2	2,0%
Total	100	100%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿A qué sector pertenece su/s negocio/s ubicados en Vila-real?

La muestra se concentra principalmente en **perfiles adultos de edad media**, con menor presencia de empresarios jóvenes y de mayor edad.

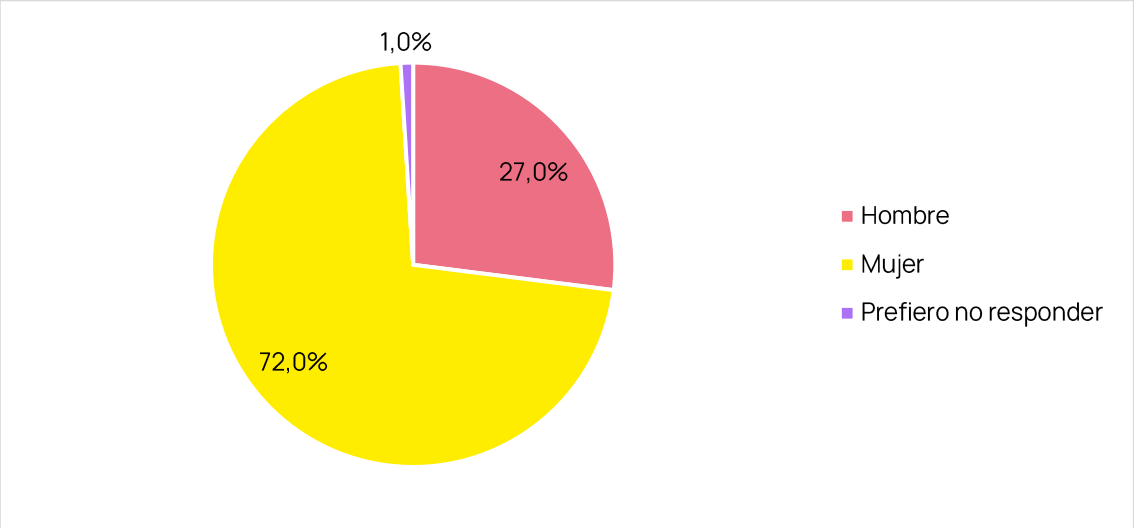
Figura 7. Edad de los empresarios



Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Cuál es su edad?

La distribución por género muestra una **participación desequilibrada** entre hombres y mujeres en el tejido empresarial encuestado.

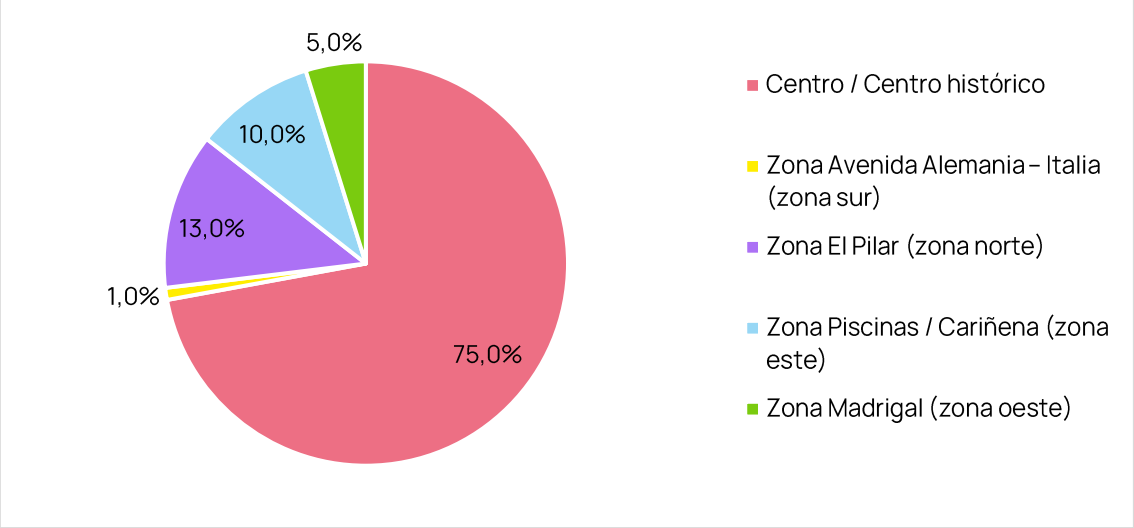
Figura 8. Género



Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Con qué genero se identifica?

Los negocios se distribuyen mayoritariamente entre el **centro urbano**.

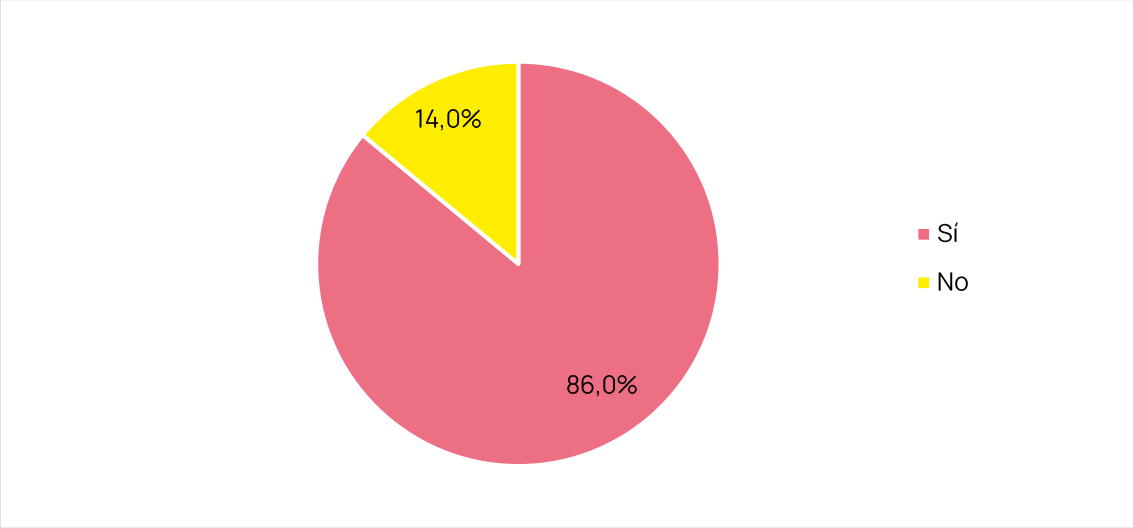
Figura 9. Ubicación de los negocios



Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿En qué zona de Vila-real se ubica su/s negocio/s? Seleccione la que mejor describa tu ubicación. Si dispone de negocios en más de una zona de Vila-real, seleccione tantas zonas como sea necesario.

La mayoría de los empresarios **residen en Vila-real**, aunque también aparece una proporción menor que vive fuera del municipio.

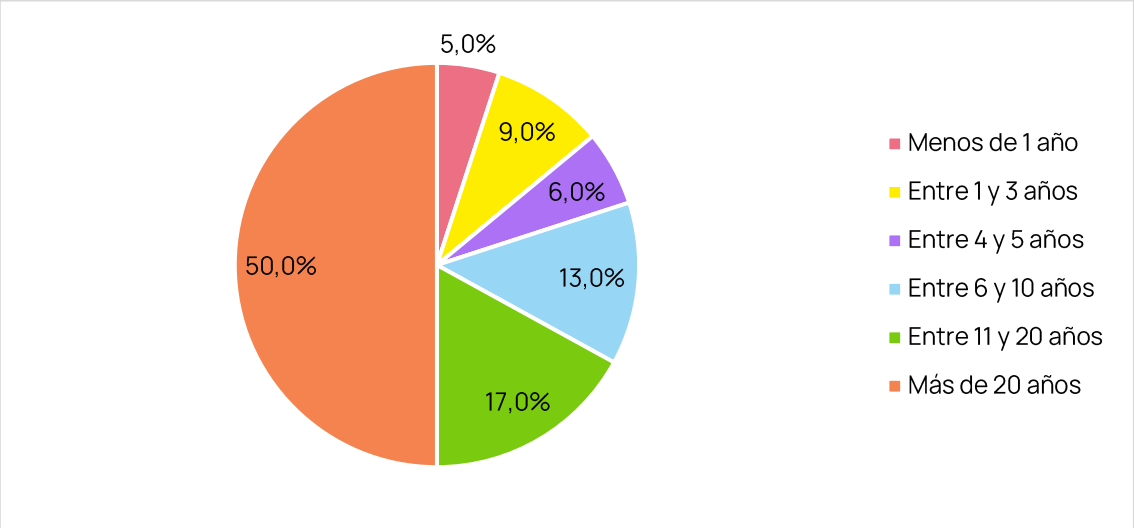
Figura 10. Residencia en Vila-real de los empresarios



Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Reside habitualmente en Vila-real?

La muestra incluye tanto negocios consolidados con larga trayectoria como establecimientos más recientes, con mayor presencia de negocios con **más de 20 años de actividad**.

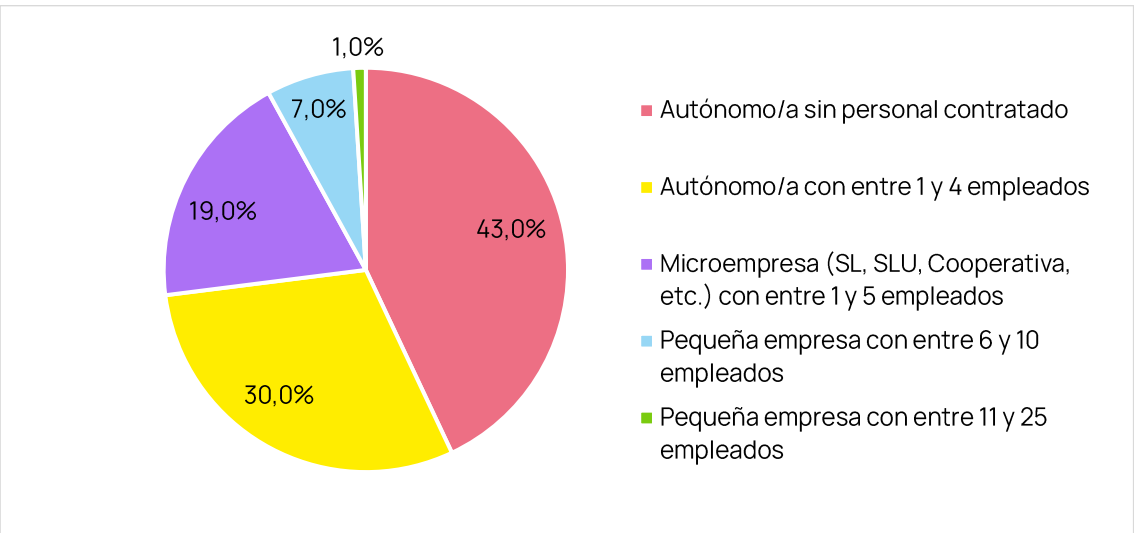
Figura 11. Antigüedad de los negocios



Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Cuál la antigüedad aproximada de su/s negocio/s en Vila-real? En caso de disponer de varios negocios, indique el más antiguo.

Predominan los **autónomos y las microempresas**, con menor presencia de empresas de mayor tamaño.

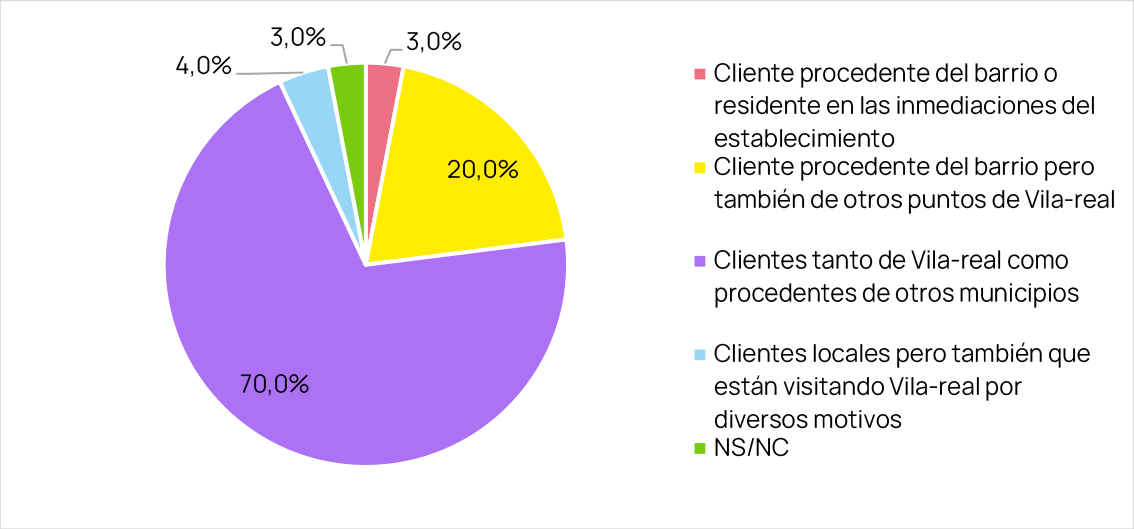
Figura 12. Perfil del empresario



Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Qué perfil describe mejor su perfil como empresario/a?

El **cliente habitual es principalmente local**, procedente del barrio o del conjunto del municipio, aunque también se identifican clientes de otros municipios.

Figura 13. Perfil del cliente habitual



Fuente: elaboración propia. Pregunta: ¿Qué perfil describe mejor el perfil de su cliente más habitual?

Situación actual de los negocios y del entorno comercial

La percepción general de los empresarios apunta a una **evolución mayoritariamente negativa del entorno comercial en los últimos cinco años**. Los indicadores más críticos son la **facilidad para moverse y aparcar** y el **número de negocios abiertos** donde se concentran las valoraciones más negativas, evidenciando una preocupación clara por la pérdida de actividad y por las dificultades de acceso.

También destacan como aspectos deteriorados la diversidad comercial, la capacidad de atracción de clientes y la afluencia en las calles, lo que sugiere una percepción de debilitamiento progresivo del ecosistema comercial. Por otro lado, variables como la digitalización o la colaboración empresarial muestran resultados más moderados.

En conjunto, los resultados dibujan un **escenario de estancamiento o retroceso**, donde los factores estructurales condicionan claramente la actividad empresarial.

Tabla 18. Evolución de diferentes aspectos del comercio, hostelería y servicios

	Ha empeorado mucho		Ha empeorado		Esta igual		Ha mejorado		Ha mejorado mucho		No tengo información / no quiero contestar	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Facilidad para moverse y aparcar en la zona.	55	55,0%	23	23,0%	12	12,0%	3	3,0%	2	2,0%	5	5,0%
Número de negocios abiertos en la zona.	47	47,0%	22	22,0%	12	12,0%	4	4,0%	2	2,0%	13	13,0%
Diversidad de negocios (tipos, propuestas, marcas…).	39	39,0%	23	23,0%	21	21,0%	8	8,0%	0	0,0%	9	9,0%
Capacidad para atraer consumidores de otros puntos de Vila-real o de otros municipios.	35	35,0%	20	20,0%	24	24,0%	7	7,0%	1	1,0%	13	13,0%
Afluencia de clientes y actividad en las calles.	33	33,0%	23	23,0%	29	29,0%	6	6,0%	3	3,0%	6	6,0%

Imagen y atractivo de las zona o barrio.	33	33,0%	25	25,0%	23	23,0%	6	6,0%	5	5,0%	8	8,0%
Estado del entorno urbano (limpieza, seguridad, actuaciones de mejora…).	33	33,0%	22	22,0%	22	22,0%	10	10,0%	7	7,0%	6	6,0%
Apoyo y promoción del comercio local por parte del Ayuntamiento.	28	28,0%	27	27,0%	17	17,0%	10	10,0%	3	3,0%	15	15,0%
Disponibilidad y adecuación de locales comerciales (precios, tamaño, estado).	27	27,0%	27	27,0%	26	26,0%	6	6,0%	2	2,0%	12	12,0%
Calidad ambiental (zonas verdes, contaminación, ruido).	27	27,0%	23	23,0%	26	26,0%	13	13,0%	4	4,0%	7	7,0%
Percepción general del comercio y los servicios por parte de la ciudadanía.	26	26,0%	28	28,0%	27	27,0%	6	6,0%	1	1,0%	12	12,0%
Nivel de innovación, digitalización y modernización de los negocios.	19	19,0%	21	21,0%	30	30,0%	17	17,0%	3	3,0%	10	10,0%
Colaboración y asociacionismo entre empresarios.	16	16,0%	19	19,0%	28	28,0%	12	12,0%	4	4,0%	21	21,0%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: En una escala del 1 al 5, indique cómo considera que han evolucionado en los últimos cinco años los siguientes aspectos del comercio, la hostelería y los servicios en Vila-real y su entorno. Tenga en cuenta su valoración sobre la zona o barrio donde se ubica su negocio.

Medidas y propuestas de actuación

Las prioridades señaladas por los empresarios reflejan una orientación clara hacia la adaptación al mercado actual. La acción mejor valorada es **atraer y fidelizar al público joven**, lo que evidencia preocupación por el relevo generacional del consumo.

También destacan la **continuidad de los negocios y la sostenibilidad**, lo que apunta a una visión estratégica que combina supervivencia empresarial con adaptación a nuevas exigencias sociales.

En un segundo nivel aparecen la mejora de la experiencia de cliente, la digitalización y la renovación de los espacios comerciales, lo que refuerza la idea de evolución del modelo comercial.

Por el contrario, la coordinación intersectorial o la adaptación de horarios obtienen menor prioridad relativa frente a los retos más inmediatos.

Tabla 19. Acciones que podrían llevar a cabo empresas y negocios

	Puntuación sobre 13
Atraer y fidelizar al público joven con propuestas, productos y canales de comunicación actuales.	9,43
Facilitar el relevo generacional y la continuidad de los negocios locales.	8,87
Avanzar hacia modelos de negocio más sostenibles y respetuosos con el entorno.	8,59
Colaborar más entre empresas mediante campañas conjuntas, asociaciones o eventos comunes.	8,17
Mejorar la atención al cliente y ofrecer una experiencia de compra más atractiva.	8,11
Impulsar la digitalización, el uso de redes sociales y el marketing online	7,96
Renovar la imagen del negocio, los escaparates y los espacios interiores.	7,64
Facilitar la activación de los locales comerciales cerrados que poseen mediante alquileres asequibles, facilidades, reformas…	6,85
Formarse en gestión empresarial, innovación, digitalización y sostenibilidad.	6,72
Implicarse más en la realización de acciones de animación, promoción y dinamización.	6,72
Reforzar el compromiso con Vila-real, impulsando la creación y mantenimiento de negocios en la ciudad.	6,64
Adaptar horarios y servicios a las nuevas necesidades y hábitos de los clientes.	6,55
Coordinarse mejor con otros sectores locales (hostelería, cultura, deporte, asociaciones…).	6,55

Fuente: elaboración propia. Pregunta: A continuación, le presentamos distintas acciones que podrían llevar a cabo las empresas y negocios de Vila-real para contribuir a la reactivación económica y comercial de la ciudad. Por favor, ordénelas según su grado de importancia o prioridad. Asignando el número 1 a la acción más importante/prioritaria y el número 13 a la menos importante/menos prioritaria.

Las aportaciones abiertas refuerzan la necesidad de modernización, especialmente en la **actualización de locales, la formación continua y la mejora del servicio**.

También aparecen propuestas vinculadas a la dinamización, como eventos o experiencias en la calle, así como la mejora de la colaboración entre comerciantes.

En conjunto, estas propuestas apuntan a un modelo de comercio más activo, experiencial y profesionalizado.

Tabla 20. Otras acciones que podrían llevar a cabo empresas y negocios

	n	%
Actualizar locales y fachadas	3	15,0%
Formación continua para mejorar su servicio, darle valor añadido y poder diferenciarse	3	15,0%
Realizar experiencias en la calle	2	10,0%
Colaborar en las iniciativas del Ayuntamiento	2	10,0%
Traer marcas	1	5,0%
Promover las salidas entre semana	1	5,0%
Mayor implicación en eventos	1	5,0%
Tener un espacio outlet conjunto	1	5,0%
Hacer más eventos por sectores	1	5,0%
Realizar sorteos	1	5,0%
Mejorar la unidad entre comerciantes	1	5,0%
Tener programar de fidelización	1	5,0%
Adaptar horarios	1	5,0%
Mejorar el trato a los clientes	1	5,0%
Total	20	100%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Además de las actuaciones mencionadas anteriormente, ¿qué otras propuestas o ideas considera que podrían hacer las empresas y negocios de Vila-real para contribuir a reactivar y mejorar el comercio, la hostelería y los servicios de la ciudad?
Nota: 80 de los empresarios encuestados no respondieron a esta pregunta.

Las prioridades empresariales respecto a la acción pública se concentran en el **apoyo económico y la simplificación administrativa**. Las medidas mejor valoradas son las ayudas económicas y fiscales junto con la reducción de cargas administrativas.

También destacan las **acciones de promoción y dinamización**, así como la **mejora de la movilidad y el acceso**, lo que indica que los empresarios consideran clave tanto atraer demanda como facilitar el acceso a los espacios comerciales.

En conjunto, se demanda una **intervención pública integral** que combine apoyo directo, mejora del entorno y generación de actividad.

Tabla 21. Acciones que podría llevar a cabo el Ayuntamiento de Vila-real

	Puntuación sobre 14
Impulsar políticas de apoyo económico y fiscal al emprendimiento y a la modernización y reforma de los locales.	10,72
Facilitar trámites y reducir cargas administrativas para la apertura y gestión de negocios.	10,60
Más campañas municipales de promoción, marketing, comunicación y fidelización.	9,40
Mejorar la movilidad y el acceso a las zonas comerciales, facilitando el aparcamiento y los desplazamientos peatonales.	9,16
Fomentar el consumo en los comercios y servicios de Vila-real a través de campañas, bonos y acciones de sensibilización ciudadana	8,88
Mejorar y embellecer el entorno urbano y la imagen de las calles y zonas comerciales.	8,79
Impulsar acciones para atraer más visitantes y turistas a Vila-real.	8,35
Impulsar el consumo en el comercio local con más programas de Bono	8,05
Desarrollar una política activa de recuperación de locales vacíos con incentivos.	7,91
Mayor coordinación entre Ayuntamiento y las asociaciones empresariales.	7,90
Crear una marca o identidad que potencie la imagen de Vila-real como destino de compras y servicios	7,46
Activar el espacio público con más usos urbanos, terrazas, ferias y actividades que generen vida en las calles.	7,22
Adecuar las zonas comerciales para hacerlas más cómodas en verano (sombras, agua, climatización urbana…).	6,55
Reforzar la coordinación entre comercio, hostelería, cultura, turismo y deporte en la programación municipal.	6,29

Fuente: elaboración propia, Pregunta: Ahora hablemos de las acciones que podría llevar a cabo el Ayuntamiento de Vila-real para favorecer a la reactivación económica y comercial de la ciudad. De igual forma que ha hecho en la pregunta anterior, ordénelas según su grado de importancia o prioridad. Asignando el número 1 a la acción más importante/prioritaria y el número 14 a la menos importante/menos prioritaria.

Las respuestas abiertas refuerzan el peso de las **ayudas económicas y la fiscalidad** como principal demanda. También destacan la necesidad de **mejorar la movilidad, la promoción y la dinamización urbana.**

Aparecen además cuestiones relacionadas con la gobernanza y la participación del comercio, lo que indica una demanda de mayor coordinación público-privada.

Tabla 22. Otras acciones que podría llevar a cabo el Ayuntamiento de Vila-real

	n	%
Ayudas económicas y fiscalidad	17	26,6%
Aparcamiento y movilidad	10	15,6%
Promoción y comunicación	9	14,1%
Dinamización urbana y ambiente	6	9,4%
Urbanismo, limpieza y mantenimiento	6	9,4%
Gobernanza y participación del comercio	6	9,4%
Digitalización e innovación comercial	3	4,7%
Ocupación de locales y revitalización centro	3	4,7%
VilaBons	3	4,7%
Seguridad urbana	1	1,6%
Total	64	100%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Además de las actuaciones mencionadas anteriormente, ¿qué otras propuestas o ideas considera que podría realizar el Ayuntamiento de Vila-real para contribuir a reactivar y mejorar el comercio, la hostelería y los servicios de la ciudad?
Nota: 36 de los empresarios encuestados no respondieron a esta pregunta.

Otras cuestiones

Desde la perspectiva empresarial, la principal causa de fuga comercial es la **falta de variedad de oferta**, muy por encima del resto.

A continuación, aparecen la **comodidad y accesibilidad** y el **atractivo de otros entornos comerciales**, lo que indica que la competencia es también experiencial.

El precio también es relevante, aunque no dominante, lo que sugiere decisiones basadas en múltiples factores.

Tabla 23. Razones por las que se prefiere salir a comprar o consumir fuera de Vila-real

	n	%
Porque buscan una mayor variedad de oferta, tiendas, productos o actividades que no hay en Vila-real.	79	79,0%
Por comodidad/accesibilidad: les es más fácil o rápido llegar o aparcar que en Vila-real	51	51,0%
Porque buscan un ambiente más atractivo, zonas comerciales más animadas o modernas.	43	43,0%
Porque buscan mejores precios u ofertas.	33	33,0%
Porque quieren complementar la compra con ocio y otros servicios.	31	31,0%
Por otras razones.	8	8,0%
Porque buscan cambiar de aires o por costumbre (les gusta salir de Vila-real de vez en cuando).	7	7,0%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Según su opinión, ¿cuáles son las principales razones por las que, a veces, los vila-realenses prefieren ir a comprar o consumir fuera de Vila-real? Puede elegir hasta tres razones, las que considere más importantes.

Las respuestas señalan que la vitalidad de la ciudad se apoya principalmente en eventos concretos y elementos identitarios como el **fútbol, las fiestas locales y las ferias.**

También aparecen la hostelería y la cultura como motores urbanos, reforzando la idea de que la vida urbana se construye desde la actividad colectiva.

La dispersión de respuestas indica que no existe un único motor dominante, sino una combinación de factores.

Tabla 24. Espacios, eventos o actividades que hacen de Vila-real una ciudad viva

Espacio, evento o actividad	n	%
Villarreal CF	7	15,56%
Feria Santa Caterina y Mercado Medieval	5	11,11%
Fiestas patronales	4	8,89%
Eventos culturales	4	8,89%
Mercado ambulante	3	6,67%
Centro de la ciudad	3	6,67%
Hostelería y restauración	3	6,67%
Eventos gastronómicos	3	6,67%
Calle de tascas	2	4,44%
Feria Outlet	2	4,44%
Eventos deportivos	2	4,44%
VilaBons	1	2,22%
Servicios	1	2,22%
Actividades para niños	1	2,22%
Av. Francisco Tárrega y Pio XII	1	2,22%
Franquicias y marcas	1	2,22%
Actividades para gente mayor	1	2,22%
Ocio nocturno	1	2,22%
Total	45	100%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Según su opinión, ¿Qué espacios, eventos o actividades considera que hacen de Vila-real una ciudad viva? Respuesta abierta.
Nota: 55 de los empresarios encuestados no respondieron a esta pregunta.

Las mejoras más valoradas se centran en el **aumento de la oferta comercial y la accesibilidad**. También destacan la **incorporación de marcas conocidas** y la activación del **Mercado Central**, junto con el **cuidado del aspecto de la ciudad** y la **dinamización mediante eventos**. Se observa una apuesta clara por un modelo de revitalización basado en variedad, accesibilidad y actividad urbana.

Tabla 25. Grado de acuerdo con diferentes cambios o mejoras

	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni acuerdo ni desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Si hubiera más tiendas y variedad de comercios.	9	9,0%	3	3,0%	11	11,0%	16	16,0%	61	61,0%
Si fuera más fácil aparcar o llegar en bus.	8	8,0%	9	9,0%	16	16,0%	12	12,0%	55	55,0%
Si hubiera más tiendas de marcas y enseñas conocidas.	9	9,0%	11	11,0%	18	18,0%	15	15,0%	47	47,0%
Si hubiera más cosas para niños y familias.	9	9,0%	4	4,0%	21	21,0%	28	28,0%	38	38,0%
Si se hicieran más eventos, música, mercados o actividades en sus calles.	11	11,0%	9	9,0%	22	22,0%	22	22,0%	36	36,0%
Sí estuviera más cuidado, tuviera mejor ambiente y aspecto.	15	15,0%	12	12,0%	23	23,0%	13	13,0%	37	37,0%
Sí el Mercado Central y su entorno tuvieran más vida.	10	10,0%	7	7,0%	24	24,0%	19	19,0%	40	40,0%
Sí transmitiera más alegría y modernidad.	9	9,0%	5	5,0%	27	27,0%	17	17,0%	42	42,0%
Si hubiera más sombra, zonas verdes, árboles y/o bancos para descansar.	14	14,0%	13	13,0%	31	31,0%	18	18,0%	24	24,0%
Si hubiera más ocio nocturno.	29	29,0%	18	18,0%	32	32,0%	6	6,0%	15	15,0%
Si estuviera mejor conectado con los barrios para ir a pie a través de calles peatonales o calles más cómodas.	16	16,0%	15	15,0%	35	35,0%	11	11,0%	23	23,0%
Si fuera más tranquilo y seguro.	22	22,0%	14	14,0%	39	39,0%	10	10,0%	15	15,0%
Si hubiera más bares, restaurantes y terrazas.	14	14,0%	16	16,0%	40	40,0%	12	12,0%	18	18,0%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a cambios o mejoras que podrían reactivar el centro de Vila-real.

Las aportaciones abiertas apuntan a **cuestiones concretas** como la reducción de cortes de calles, la mejora de la seguridad y el apoyo institucional. También se menciona la necesidad de más actividades familiares y equipamientos, reforzando la importancia del entorno urbano.

Tabla 26. Otros cambios o mejoras

	n	%
Reducir el cierre de calles y accesos	1	20,0%
Mayor seguridad ciudadana y presencia policial	1	20,0%
Apoyo institucional al comercio local	1	20,0%
Equipamientos y espacios públicos para la infancia	1	20,0%
Aumentar las actividades y oferta para familias	1	20,0%
Total	5	100,0%

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Otros cambios o mejoras que le gustaría añadir. Escriba su respuesta si lo desea.
Nota: 95 de los empresarios encuestados no respondieron a esta pregunta.

Las expectativas empresariales muestran **equilibrio entre continuidad y transformación**. El **grupo mayoritario** prevé **invertir en modernización**, lo que indica actitud proactiva. Al mismo tiempo, una **parte importante** plantea **mantener la actividad sin cambios**, mientras que otro segmento contempla el cierre.

El escenario combina voluntad de adaptación con incertidumbre, reflejando los retos actuales del tejido empresarial.

Tabla 27. Expectativa para los próximos cinco años

	%	n
Invertir en el negocio para mejorar su imagen, modernización, digitalización…	40,0%	18
Mantener la actividad sin grandes cambios.	33,3%	15
Cerrar el negocio por jubilación o por otros motivos.	13,3%	6
Otras opciones.	4,4%	2
Traspasar el negocio por jubilación o por otros motivos.	2,2%	1
Reubicar el negocio en otro lugar de Vila-real.	2,2%	1
Abrir más establecimientos en Vila-real.	2,2%	1
Cambiar/transformar/desarrollar el modelo de negocio.	2,2%	1
Total	100%	45

Fuente: elaboración propia. Pregunta: Finalmente, ¿cuál es su expectativa para los próximos cinco años?

Conclusiones

Consumidores

- **El consumidor de Vila-real presenta una actitud favorable hacia el comercio local**, ya que existe una conciencia clara de que comprar en el municipio contribuye a sostener la economía y la vida urbana. Esta predisposición positiva convive, sin embargo, con comportamientos de consumo que no siempre se resuelven en el ámbito local.
- **La elección del lugar de compra está fuertemente condicionada por la variedad de la oferta**. Cuando el consumidor percibe una oferta más amplia, diversa o actualizada fuera de Vila-real, tiende a realizar allí sus compras, especialmente en el ámbito de la moda y los artículos personales.
- **La experiencia de compra y el entorno urbano influyen de manera significativa en el comportamiento del consumidor**. No solo se valora el producto, sino también el ambiente, la modernidad de los establecimientos, la comodidad del paseo, la presencia de sombra, bancos y espacios agradables, así como la facilidad de acceso y aparcamiento. Estas variables aparecen tanto en las valoraciones del centro como en las propuestas de mejora.
- **El centro de Vila-real mantiene un papel relevante como espacio social y de ocio**, pero pierde peso como destino comercial cuando no ofrece variedad, innovación o una experiencia diferencial. El consumidor acude al centro principalmente para socializar, pasear o consumir hostelería, mientras que las compras más especializadas o de mayor volumen se realizan con mayor frecuencia fuera del municipio.
- **Los barrios funcionan como espacios de consumo de proximidad**, asociados a servicios cotidianos y necesidades básicas. No obstante, existe una preocupación muy extendida por el cierre de locales comerciales, lo que sugiere una percepción de debilitamiento del comercio de barrio y una posible pérdida de vida urbana a escala local.
- **El consumidor combina de forma habitual el comercio físico con la compra online**, integrando plataformas digitales en sus hábitos de consumo. Esta convivencia de canales no implica un rechazo del comercio local, sino una adaptación a criterios de comodidad, precio y disponibilidad inmediata, lo que eleva el nivel de exigencia hacia la oferta presencial.
- **El precio sigue siendo un factor relevante, pero no exclusivo**, ya que el informe muestra que el consumidor está dispuesto a comprar en el municipio cuando percibe una relación adecuada entre precio, variedad y experiencia. La comparación de precios y la búsqueda de ofertas forman parte del comportamiento habitual.

- **La comunicación y la visibilidad de la oferta influyen en las decisiones de consumo**, tal y como se desprende del peso de las redes sociales, las recomendaciones y la difusión de actividades o eventos. La falta de información o de promoción adecuada puede limitar la participación y el consumo, incluso cuando la oferta existe.
- **El consumo aparece estrechamente vinculado a la vitalidad urbana**, de modo que eventos, actividades culturales, ferias y mercados actúan como detonantes del consumo local. Cuando la ciudad genera motivos para salir, encontrarse y permanecer en el espacio público, el consumo se activa de forma indirecta.
- **Las demandas del consumidor apuntan a una estrategia integral**, que combine mayor variedad comercial, apoyo al comercio local, mejora del entorno urbano, dinamización cultural y facilidades de acceso. El informe muestra que el comportamiento del consumidor no puede entenderse de forma aislada, sino en relación directa con la calidad del espacio urbano y la vida de la ciudad.

Empresarios

- **El tejido empresarial de Vila-real presenta una estructura heterogénea**, con predominio del comercio especializado y los servicios de proximidad, y una clara presencia de autónomos y microempresas. Este perfil refleja un modelo empresarial arraigado en la escala local, con fuerte vinculación al territorio y al cliente de proximidad.
- **La percepción general del empresariado sobre la evolución reciente del comercio y los servicios es mayoritariamente negativa**. En los últimos cinco años se identifican retrocesos especialmente en el número de negocios abiertos, el aparcamiento, la afluencia de clientes y la capacidad de atracción del municipio, lo que dibuja un escenario percibido de debilitamiento progresivo del ecosistema comercial.
- **La competencia externa se explica principalmente por la falta de variedad de la oferta en Vila-real**, señalada de forma mayoritaria por los empresarios como la principal causa de la fuga de consumo hacia otros municipios. A esta razón se suman la comodidad, el atractivo de otros entornos comerciales y la búsqueda de mejores precios u ofertas, lo que confirma que la competencia se produce tanto en términos de oferta como de experiencia urbana.
- Ante este contexto, el empresariado identifica como **prioridades la adaptación al mercado actual y la transformación del modelo comercial**. Las acciones mejor valoradas se orientan a atraer y fidelizar público joven, facilitar el relevo generacional y avanzar hacia modelos más sostenibles. También adquieren relevancia la mejora de la experiencia de cliente, la digitalización y la renovación de los espacios comerciales.
- **En relación con la acción pública, las demandas empresariales se concentran en el apoyo económico y fiscal y en la simplificación administrativa**, seguidas por la promoción y dinamización y la mejora de la movilidad y el acceso. Estas prioridades reflejan la expectativa de una intervención integral que combine apoyo directo, mejora del entorno urbano y generación de actividad.
- **Desde la perspectiva empresarial, la vitalidad urbana se asocia principalmente a eventos concretos y elementos identitarios** como el fútbol, las fiestas locales y las ferias y mercados, junto con la hostelería y la cultura. Esta visión refuerza la idea de que el dinamismo urbano y el consumo están estrechamente conectados.
- **Las propuestas de mejora para el centro se orientan hacia un modelo de revitalización** basado en el aumento de la oferta comercial, la incorporación de marcas conocidas, la mejora de la accesibilidad y la dinamización mediante eventos y actividades. También se destaca el papel del Mercado Central como potencial motor urbano.

- **Las expectativas empresariales muestran una combinación de adaptación e incertidumbre**. Aunque el grupo mayoritario prevé invertir en modernización, una parte significativa contempla mantener la actividad sin cambios o incluso cerrar en los próximos años, lo que refleja los retos estructurales del comercio local y la necesidad de estrategias que refuercen su sostenibilidad futura.

Anexos

Índice de tablas

Tabla 1. Opinión sobre diferentes aspectos relacionados con vivir en Vila-real 7
Tabla 2. Preferencias espaciales de la población para actividades habituales en Vila-real..... 8
Tabla 3. Frecuencia en la que se sale de Vila-real para hacer determinadas actividades 10
Tabla 4. Principales razones por las que se prefiere comprar o hacer actividades fuera de Vila-real. 11
Tabla 5. Espacios, acontecimiento o actividades que hacen de Vila-real una ciudad viva. 12
Tabla 6. Aspectos en los que debe centrarse el Ayuntamiento para hacer de Vila-real una ciudad más viva y atractiva.....13
Tabla 7. Grado de acuerdo con diferentes afirmaciones sobre Vila-real 14
Tabla 8. Motivos o actividades por las que se suele ir al centro de Vila-real.....15
Tabla 9. Otros motivos o razones de Tabla 8 16
Tabla 10. Motivos por los que NO se visita el centro de Vila-real.....16
Tabla 11. Grado de acuerdo en cambios o mejoras que podrían animar a visitar el centro de Vila-real 17
Tabla 12. Otros cambios o mejoras sugeridas por los residentes 18
Tabla 13. Actividad actual.....21
Tabla 14. Sector de trabajo.....21
Tabla 15. Forma de consumo y valores como cliente 23
Tabla 16. Propuestas para reactivar el comercio de Vila-real y sea una ciudad comercialmente más viva y atractiva 25
Tabla 17. Sector al que pertenecen los negocios 26
Tabla 18. Evolución de diferentes aspectos del comercio, hostelería y servicios 31
Tabla 19. Acciones que podrían llevar a cabo empresas y negocios..... 33
Tabla 20. Otras acciones que podrían llevar a cabo empresas y negocios 34
Tabla 21. Acciones que podría llevar a cabo el Ayuntamiento de Vila-real 35
Tabla 22. Otras acciones que podría llevar a cabo el Ayuntamiento de Vila-real 36
Tabla 23. Razones por las que se prefiere salir a comprar o consumir fuera de Vila-real 37
Tabla 24. Espacios, eventos o actividades que hacen de Vila-real una ciudad viva 38
Tabla 25. Grado de acuerdo con diferentes cambios o mejoras..... 39
Tabla 26. Otros cambios o mejoras 40
Tabla 27. Expectativa para los próximos cinco años 40

Índice de gráficos

Gráfico 1. Número de personas en el hogar 22

Índice de figuras

Figura 1. Frecuencia de visita al centro de Vila-real 15
Figura 2. Edad 19
Figura 3. Género.....19
Figura 4. Zona de residencia habitual.....20
Figura 5. Nacimiento en Vila-real.....20
Figura 6. Residentes que trabajan o estudian en Vila-real 21
Figura 7. Edad de los empresarios 27
Figura 8. Género..... 27

FIGURA 9. UBICACIÓN DE LOS NEGOCIOS 28
FIGURA 10. RESIDENCIA EN VILA-REAL DE LOS EMPRESARIOS 28
FIGURA 11. ANTIGÜEDAD DE LOS NEGOCIOS 29
FIGURA 12. PERFIL DEL EMPRESARIO 29
FIGURA 13. PERFIL DEL CLIENTE HABITUAL 30

Cuestionario

Residentes

1) Consentimiento informado

- Sus respuestas serán anónimas, confidenciales y se usarán de modo agregado.
- Los datos de contacto se usarán solo para esta encuesta y no se cederán a terceros, salvo obligación legal. Serán destruidos si comunica su baja o cuando finalicen los períodos legales de conservación.
- Los interesados podrán ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, olvido, portabilidad y limitación del tratamiento, por correo electrónico a protecciondedatos@camaracastellon.com.
- La información se tratará según el Reglamento (UE) 2016/679 y la Ley Orgánica 3/2018.*

( ) Marcando esta casilla acepta participar en el estudio y el tratamiento de sus datos para los fines arriba especificados.

2) ¿Tienes 16 o más años y resides habitualmente en Vila-real?*

( ) Sí ( ) No

Tu vida en Vila-real y tu percepción de la ciudad

3) En una escala de 1 a 5, nos gustaría que calificarás, según tu opinión, los siguientes aspectos relacionados con vivir en Vila-real. Siendo 1: Muy mal y 5: Muy bien*

	Muy mal	Mal	Normal (ni bien ni mal)	Bien	Muy bien
Calidad de vida	( )	( )	( )	( )	( )
Servicios y equipamientos públicos	( )	( )	( )	( )	( )
Seguridad ciudadana	( )	( )	( )	( )	( )
Limpieza urbana	( )	( )	( )	( )	( )
Facilidad para moverse en vehículo y aparcar	( )	( )	( )	( )	( )
Facilidad para moverse en pie	( )	( )	( )	( )	( )
Calidad ambiental (zonas verdes, contaminación, ruido)	( )	( )	( )	( )	( )
Oferta cultural	( )	( )	( )	( )	( )
Oferta de ocio	( )	( )	( )	( )	( )
Facilidad para realizar compras	( )	( )	( )	( )	( )

4) ¿En qué zonas de Vila-real disfrutas más cuando realizas las siguientes actividades?*

	Mi barrio o zona de residencia	Centro	Zona Avenida Alemania-Italia	Zona Piscinas	Zona Cariñena	Zona Madrigal	Zona El Pilar	Prefiero fuera de Vila-real	No hago esto
Pasear	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Encontrarme con otras personas, relacionarme	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Hacer deporte / actividades al aire libre / pasear a mis mascotas	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Ir de compras	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Ir a comer o cenar fuera de casa (por ocio)	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Ir de copas, ir a bailar, hacer ocio nocturno	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Ir a la peluquería / centro de belleza o estética	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Acompañar a los niños (hijos, nietos…) a jugar	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Acudir a actuaciones, conciertos, exposiciones…	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Ir a reuniones sociales, de voluntariado o a celebraciones religiosas	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )

5) ¿Con qué frecuencia sales de Vila-real para realizar las siguientes actividades?*

	Casi a diario	Varias veces a la semana	Varias veces al mes	Rara vez	Nunca	No hago esto
Ir de compras de ropa, calzado u otros artículos personales	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Comprar productos para el hogar o electrónica (electrodomésticos, muebles, informática…).	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Acudir a grandes centros comerciales o grandes superficies fuera de Vila-real	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Asistir a eventos culturales, cine, conciertos o teatro	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Salir de ocio nocturno (bares, pubs, discotecas) en otras ciudades	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Ir a restaurantes o cafeterías fuera de Vila-real	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Practicar deporte o actividades que no encuentro en Vila-real	( )	( )	( )	( )	( )	( )

6) ¿Cuáles son las principales razones por las que, a veces, prefieres ir a comprar o hacer actividades fuera de Vila-real? Puedes elegir tres razones, las que consideres más importantes.*

[ ] Porque aprovecho que trabajo/estudio en otro municipio
[ ] Mayor variedad de oferta, encuentro tiendas, productos o actividades que no hay en Vila-real
[ ] Mejores precios u ofertas, los mismos productos o servicios resultan más baratos
[ ] Comodidad/accesibilidad: me es más fácil o rápido llegar o aparcar que en Vila-real
[ ] Ambiente más atractivo, zonas comerciales más animadas o modernas
[ ] Porque puedo complementar la compra con ocio y otros servicios
[ ] Cambio de aires o costumbre personal: me gusta salir de Vila-real de vez en cuando
[ ] Otras razones

7) ¿Qué espacios, eventos o actividades de Vila-real crees que hacen que la ciudad esté viva? Indícalos a continuación.*

_____

8) ¿En qué debería centrarse el Ayuntamiento para hacer de Vila-real una ciudad más viva y atractiva? Respuesta abierta.*

_____

Tu vida en tu barrio

9) Indica tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el barrio o zona en la que vives dentro de Vila-real.*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Encuentro la mayoría de los servicios y comercios básicos que necesito.	( )	( )	( )	( )	( )
Hay una oferta comercial variada y con vida durante el día.	( )	( )	( )	( )	( )
Me siento seguro/a en mi barrio, de día y de noche.	( )	( )	( )	( )	( )
El comercio local y la hostelería dan vida a mi barrio.	( )	( )	( )	( )	( )
Los espacios públicos y servicios municipales están bien cuidados.	( )	( )	( )	( )	( )
En mi barrio faltan actividades o espacios que animen la vida social (mercadillos, cultura, ocio, etc.).	( )	( )	( )	( )	( )
Me preocupa que cada vez haya más locales comerciales cerrados en mi barrio.	( )	( )	( )	( )	( )
Las campañas y promociones del comercio que realiza el Ayuntamiento llegan a mi barrio.	( )	( )	( )	( )	( )
Mi barrio está cambiando, y noto mejoras o nuevas oportunidades en los últimos años.	( )	( )	( )	( )	( )
Si pudiera elegir, seguiría viviendo en este mismo barrio.	( )	( )	( )	( )	( )

Tu percepción sobre el centro de Vila-real

10) ¿Con que frecuencia visitas el centro de Vila-real?*
( ) Vivo en el centro de Vila-real
( ) A diario o casi a diario
( ) Varias veces por semana
( ) Varias veces al mes
( ) Rara vez (menos de una vez al mes)
( ) Casi nunca o nunca

11) ¿Cuáles son los principales motivos o actividades por los que sueles ir al centro de Vila-real? Respuesta múltiple, seleccione todas las opciones que consideres.*
[ ] Voy de compras a tiendas del centro.
[ ] Frecuento el centro para ir a bares, restaurantes o cafeterías.
[ ] Voy a otros negocios (peluquerías, centros de estética, belleza, talleres…).
[ ] Realizo gestiones, trámites o visitas (banco, correos, gestiones en el Ayuntamiento, oficinas , visitas a clínicas).
[ ] Me gusta pasear o quedar con amigos por el centro (disfrutar del ambiente, plazas, terrazas, etc.).
[ ] Acudo a eventos culturales, festividades o actos públicos que se celebran en el centro.
[ ] Trabajo o estudio en el centro, por eso voy habitualmente.
[ ] Otros motivos o razones (indicar)::
_____*

12) ¿Cuáles son las principales razones por las que NO visita con más frecuencia el centro de Vila-real? Respuesta múltiple, seleccione todas las opciones que consideres*
[ ] Me resulta más cómodo quedarme en mi barrio u otras zonas; el centro me pilla lejos o no lo frecuento por rutina.
[ ] El centro no tiene comercios o servicios que a mí me interesen (no encuentro allí nada en particular).
[ ] Cuando salgo, prefiero irme a Castellón o a otros municipios de compras o de ocio, en vez de ir al centro de Vila-real.
[ ] Ir al centro es incómodo por el aparcamiento u otros problemas de acceso.
[ ] El centro no me parece atractivo: hay poco ambiente o comercios poco innovadores, calles poco cuidadas, etc.
[ ] Falta oferta de ocio/actividades que me motiven a ir al centro (por ejemplo, eventos, mercadillos, etc.).
[ ] Los comercios o negocios que hay en el centro son demasiado caros para mí o no encajan en lo que busco.
[ ] Otros motivos o razones (indicar):
_____*

13) Indica tu grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a cambios o mejoras que podrían animarte a visitar más el centro de Vila-real.*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Si hubiera más tiendas y variedad de comercios	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más tiendas de marcas y enseñas conocidas	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más bares, restaurantes y terrazas	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más ocio nocturno	( )	( )	( )	( )	( )
Si se hicieran más eventos, música, mercados o actividades en sus calles	( )	( )	( )	( )	( )
Si fuera más fácil aparcar o llegar en bus	( )	( )	( )	( )	( )
Si estuviera mejor conectado con mi barrio para ir a pie a través de calles peatonales o calles más cómodas	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más cosas para niños y familias	( )	( )	( )	( )	( )
Sí estuviera más cuidado, tuviera mejor ambiente y aspecto	( )	( )	( )	( )	( )
Sí el Mercado Central y su entorno tuvieran más vida	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más sombra, zonas verdes, árboles y/o bancos para descansar	( )	( )	( )	( )	( )
Si fuera más tranquilo y seguro	( )	( )	( )	( )	( )
Sí transmitiera más alegría y modernidad	( )	( )	( )	( )	( )

14) Otros cambios o mejoras que te gustaría añadir. Escribe tu respuesta si lo deseas.

_____

Háblanos de ti

15) ¿Cuál es tu edad?*

( ) Entre 16 y 20 años
( ) Entre 21 y 29 años
( ) Entre 30 y 44 años
( ) Entre 45 y 65 años
( ) Entre 66 y 79 años
( ) 80 años o más

16) ¿Con qué género te identificas?*

( ) Hombre
( ) Mujer
( ) No binario / persona de género no conforme
( ) Prefiero no responder

17) ¿En qué zona de Vila-real resides habitualmente? Seleccione la que mejor describa tu ubicación.*

( ) Centro / Centro histórico.
( ) Zona Avenida Alemania – Italia (zona sur).
( ) Zona El Pilar (zona norte).
( ) Zona Piscinas / Cariñena (zona este).
( ) Zona Madrigal (zona oeste).

18) ¿Has nacido en Vila-real?*
( ) Sí
( ) No, pero he nacido en España.
( ) No, he nacido fuera de España.

19) ¿Cuál es tu actividad actual?*
( ) Estudiante
( ) Trabajador por cuenta ajena (empleado/a)
( ) Trabajador por cuenta propia (autónomo o empresario/a)
( ) Jubilado/a o pensionista
( ) Desempleado/a
( ) Tareas del hogar o cuidados no remunerados
( ) Otra situación

20) ¿Trabajas o estudias habitualmente en Vila-real?*
( ) Sí ( ) No

21) ¿En qué sector de actividad trabajas actualmente?*
( ) Agricultura / ganadería ( ) Comercio
( ) Industria ( ) Hostelería
( ) Construcción ( ) Administración Pública
( ) Transporte ( ) Otros servicios

22) ¿Cuántas personas conviven contigo en tu hogar? Incluyéndote a ti. *
_____

23) ¿En qué medida te sientes identificado/a con las siguientes afirmaciones sobre tu forma de consumir y tus valores como cliente?*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Suelo comprar en comercios de confianza, donde conozco a las personas que me atienden.	( )	( )	( )	( )	( )
Compro en marcas con Shein, Amazon, Temu, Aliexpress… si encuentro lo que necesito.	( )	( )	( )	( )	( )
Suelo comparar precios y buscar ofertas antes de decidirme.	( )	( )	( )	( )	( )
Compro por internet con frecuencia porque me resulta cómodo.	( )	( )	( )	( )	( )
Prefiero productos sostenibles o respetuosos con el medio ambiente, aunque cuesten un poco más.	( )	( )	( )	( )	( )
Valoro que las tiendas sean modernas, bien diseñadas y agradables.	( )	( )	( )	( )	( )
Me influye la recomendación de amigos o redes sociales al elegir dónde y qué comprar.	( )	( )	( )	( )	( )
Me gusta probar tiendas nuevas y descubrir experiencias diferentes al comprar.	( )	( )	( )	( )	( )

Me gusta ir a los Centros Comerciales.	( )	( )	( )	( )	( )
Considero que comprar también es una forma de apoyar a mi ciudad y a su gente.	( )	( )	( )	( )	( )
Valoro más las experiencias que las cosas materiales; me gusta disfrutar del momento o aprender algo nuevo.	( )	( )	( )	( )	( )
Busco productos o actividades que me ayuden a sentirme bien física o emocionalmente.	( )	( )	( )	( )	( )
Prefiero cosas prácticas, fáciles de usar o que me ahorren tiempo y complicaciones.	( )	( )	( )	( )	( )
Si una tienda, producto o servicio no cumple mis expectativas, cambio rápidamente a otro.	( )	( )	( )	( )	( )
Concentro las compras más importantes en épocas de rebajas o campañas de descuentos (Black Friday, Días sin IVA…).	( )	( )	( )	( )	( )
Prefiero comprar de forma anónima, donde no me conocen.	( )	( )	( )	( )	( )

24) Para acabar, ¿tienes alguna idea o propuesta que quieras compartir con nosotros y que puede ayudar a reactivar el comercio de Vila-real? ¿Alguna idea sobre lo que hay que hacer para que Vila-real sea una ciudad comercialmente más viva y atractiva? Adelante, exprésalo aquí.*

_____

25) ¿Te gustaría participar en los talleres que vamos a organizar para poder conocer, de primera mano, las opiniones de lxs vila-realenses sobre como activar el comercio y seguir profundizando sobre lo que nos han dicho en esta encuesta?*

( ) Sí, quiero participar en los talleres.
( ) No, no quiero participar en los talleres.

26) Gracias por querer participar en los talleres, para poder contactar contigo cuando estos se lleven a cabo necesitamos tus datos de contacto.*

[ ] Nombre: _____*
[ ] Nº de teléfono: _____*
[ ] Acepto el tratamiento de datos personales facilitados

Empresarios

1) Consentimiento informado
- Sus respuestas serán anónimas, confidenciales y se usarán de modo agregado.
- Los datos de contacto se usarán solo para esta encuesta y no se cederán a terceros, salvo obligación legal. Serán destruidos si comunica su baja o cuando finalicen los períodos legales de conservación.
- Los interesados podrán ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, supresión, olvido, portabilidad y limitación del tratamiento, por correo electrónico a protecciondedatos@camaracastellon.com.
- La información se tratará según el Reglamento (UE) 2016/679 y la Ley Orgánica 3/2018.*
( ) Marcando esta casilla acepta participar en el estudio y el tratamiento de sus datos para los fines arriba especificados.

2) ¿A qué sector pertenece su/s negocio/s ubicados en Vila-real?*
( ) Comercio de productos para la alimentación, bebidas, herboristería o productos naturales
( ) Comercio de droguería, perfumería, farmacia, parafarmacia, ópticas y/o otros productos para la salud
( ) Comercio de moda, calzado, complementos para la persona, joyería o relojería
( ) Comercio de productos para el hogar: muebles, textil hogar, decoración, iluminación, ferretería, bricolaje, menaje, electrodomésticos, materiales de construcción…
( ) Comercio de productos para mascotas, jardinería, floristería
( ) Comercio de libros, papelería, regalos, estancos y quioscos
( ) Comercio de productos para el deporte, ocio o arte
( ) Comercio de productos de tecnología, informática, telefonía, fotografía
( ) Bazares, tiendas de todo a 100, y similares
( ) Vehículos, accesorios o combustibles
( ) Otros productos no indicados anteriormente
( ) Servicios personales (peluquerías, centros de estética, tatuajes, tintorerías, y otros servicios personales
( ) Servicios profesionales (inmobiliarias, aseguradoras, asesorías/gestorías, despachos profesionales, estudios…)
( ) Talleres y reparación
( ) Servicios educativos, sanitarios o asistenciales
( ) Hostelería y restauración
( ) Otras actividades y servicios

3) ¿Cuál es su edad?*
( ) Entre 18 y 20 años
( ) Entre 21 y 29 años
( ) Entre 30 y 44 años
( ) Entre 45 y 65 años
( ) Más de 65 años

4) ¿Con qué genero se identifica?*
( ) Hombre
( ) Mujer
( ) Prefiero no responder

5) ¿En qué zona de Vila-real se ubica su/s negocio/s?
Seleccione la que mejor describa tu ubicación. Si dispone de negocios en más de una zona de Vila-real, seleccione tantas zonas como sea necesario.*
[ ] Centro / Centro histórico
[ ] Zona Avenida Alemania – Italia (zona sur)
[ ] Zona El Pilar (zona norte)
[ ] Zona Piscinas / Cariñena (zona este)
[ ] Zona Madrigal (zona oeste)
[ ] Dispongo de más negocios fuera de Vila-real

6) ¿Reside habitualmente en Vila-real?*
( ) Sí
( ) No

7) ¿Cuál la antigüedad aproximada de su/s negocio/s en Vila-real?
En caso de disponer de varios negocios, indique el más antiguo.*
( ) Menos de 1 año
( ) Entre 1 y 3 años
( ) Entre 4 y 5 años
( ) Entre 6 y 10 años
( ) Entre 11 y 20 años
( ) Más de 20 años

8) ¿Qué perfil describe mejor su perfil como empresario/a?*
( ) Autónomo/a sin personal contratado
( ) Autónomo/a con entre 1 y 4 empleados
( ) Microempresa (SL, SLU, Cooperativa, etc.) con entre 1 y 5 empleados
( ) Pequeña empresa con entre 6 y 10 empleados
( ) Pequeña empresa con entre 11 y 25 empleados
( ) Mediana empresa con entre 26 y 100 empleados
( ) Gran empresa con más de 100 empleados

9) ¿Qué perfil describe mejor el perfil de su cliente más habitual?*
( ) Cliente procedente del barrio o residente en las inmediaciones del establecimiento
( ) Cliente procedente del barrio pero también de otros puntos de Vila-real
( ) Clientes tanto de Vila-real como procedentes de otros municipios (Borriana, Almassora, Onda, Castelló, etc.)
( ) Clientes locales pero también que están visitando Vila-real por diversos motivos (negocios, turismo, fiestas, futbol…)
( ) NS/NC

Situación actual de los negocios y del entorno comercial.

10) En una escala del 1 al 5, indique cómo considera que han evolucionado en los últimos cinco años los siguientes aspectos del comercio, la hostelería y los servicios en Vila-real y su entorno. Tenga en cuenta su valoración sobre la zona o barrio donde se ubica su negocio.*

	Ha empeorado mucho	Ha empeorado	Esta igual	Ha mejorado	Ha mejorado mucho	No tengo información / no quiero contestar
Número de negocios abiertos en la zona.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Afluencia de clientes y actividad en las calles.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Imagen y atractivo de las zona o barrio.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Capacidad para atraer consumidores de otros puntos de Vila-real o de otros municipios.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Diversidad de negocios (tipos, propuestas, marcas…).	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Disponibilidad y adecuación de locales comerciales (precios, tamaño, estado).	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Nivel de innovación, digitalización y modernización de los negocios.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Colaboración y asociacionismo entre empresarios.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Percepción general del comercio y los servicios por parte de la ciudadanía.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Apoyo y promoción del comercio local por parte del Ayuntamiento.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Estado del entorno urbano (limpieza, seguridad, actuaciones de mejora…).	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Facilidad para moverse y aparcar en la zona.	( )	( )	( )	( )	( )	( )
Calidad ambiental (zonas verdes, contaminación, ruido).	( )	( )	( )	( )	( )	( )

Medidas y propuestas de actuación

11) A continuación, le presentamos distintas acciones que podrían llevar a cabo las empresas y negocios de Vila-real para contribuir a la reactivación económica y comercial de la ciudad. Por favor, ordénelas según su grado de importancia o prioridad. Asignando el número 1 a la acción más importante/prioritaria y el número 13 a la menos importante/menos prioritaria.*

	Puntúa del 1 al 13
Mejorar la atención al cliente y ofrecer una experiencia de compra más atractiva.	
Impulsar la digitalización, el uso de redes sociales y el marketing online.	
Renovar la imagen del negocio, los escaparates y los espacios interiores.	
Colaborar más entre empresas mediante campañas conjuntas, asociaciones o eventos comunes.	
Formarse en gestión empresarial, innovación, digitalización y sostenibilidad.	
Adaptar horarios y servicios a las nuevas necesidades y hábitos de los clientes.	
Implicarse más en la realización de acciones de animación, promoción y dinamización.	
Coordinarse mejor con otros sectores locales (hostelería, cultura, deporte, asociaciones…).	

Facilitar la activación de los locales comerciales cerrados que poseen mediante alquileres asequibles, reformas…	
Reforzar el compromiso con Vila-real, impulsando la creación y mantenimiento de negocios en la ciudad.	
Atraer y fidelizar al público joven con propuestas, productos y canales de comunicación actuales.	
Facilitar el relevo generacional y la continuidad de los negocios locales.	
Avanzar hacia modelos de negocio más sostenibles y respetuosos con el entorno.	

12) Además de las actuaciones mencionadas anteriormente, ¿qué otras propuestas o ideas considera que podrían hacer las empresas y negocios de Vila-real para contribuir a reactivar y mejorar el comercio, la hostelería y los servicios de la ciudad?*

_____

13) Ahora hablemos de las acciones que podría llevar a cabo el Ayuntamiento de Vila-real para favorecer a la reactivación económica y comercial de la ciudad. De igual forma que ha hecho en la pregunta anterior, ordénelas según su grado de importancia o prioridad. Asignando el número 1 a la acción más importante/prioritaria y el número 14 a la menos importante/menos prioritaria.*

	Puntúa del 1 al 14
Impulsar políticas de apoyo económico y fiscal al emprendimiento y a la modernización y reforma de los locales.	
Facilitar trámites y reducir cargas administrativas para la apertura y gestión de negocios.	
Más campañas municipales de promoción, marketing, comunicación y fidelización.	
Mejorar y embellecer el entorno urbano y la imagen de las calles y zonas comerciales.	
Impulsar acciones para atraer más visitantes y turistas a Vila-real.	
Mayor coordinación entre Ayuntamiento y las asociaciones empresariales.	
Desarrollar una política activa de recuperación de locales vacíos con incentivos.	
Mejorar la movilidad y el acceso a las zonas comerciales, facilitando el aparcamiento y los desplazamientos a pie.	
Fomentar el consumo en los comercios y servicios locales a través de campañas, bonos y acciones de sensibilización.	
Reforzar la coordinación entre comercio, hostelería, cultura, turismo y deporte en la programación municipal.	
Impulsar el consumo en el comercio local con más programas de Bono.	
Activar el espacio público con más usos urbanos, terrazas, ferias y actividades que generen vida en las calles.	
Crear una marca o identidad que potencie la imagen de Vila-real como destino de compras y servicios.	
Adecuar las zonas comerciales para hacerlas más cómodas en verano (sombras, agua, climatización urbana…).	

14) Además de las actuaciones mencionadas anteriormente, ¿qué otras propuestas o ideas considera que podría realizar el Ayuntamiento de Vila-real para contribuir a reactivar y mejorar el comercio, la hostelería y los servicios de la ciudad?*

_____

Otras cuestiones

15) Según su opinión, ¿Cuáles son las principales razones por las que, a veces, los vila-realenses prefieren ir a comprar o consumir fuera de Vila-real?
Puede elegir hasta tres razones, las que considere más importantes.*
[ ] Porque buscan una mayor variedad de oferta, tiendas, productos o actividades que no hay en Vila-real.
[ ] Porque buscan mejores precios u ofertas.
[ ] Por comodidad/accesibilidad: les es más fácil o rápido llegar o aparcar que en Vila-real
[ ] Porque buscan un ambiente más atractivo, zonas comerciales más animadas o modernas.
[ ] Porque quieren complementar la compra con ocio y otros servicios.
[ ] Porque buscan cambiar de aires o por costumbre (les gusta salir de Vila-real de vez en cuando).
[ ] Por otras razones.

16) Según su opinión, ¿Qué espacios, eventos o actividades considera que hacen de Vila-real una ciudad viva?
Respuesta abierta.*
_____

17) Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto a cambios o mejoras que podrían reactivar el centro de Vila-real.*

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Si hubiera más tiendas y variedad de comercios.	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más tiendas de marcas y enseñas conocidas.	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más bares, restaurantes y terrazas.	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más ocio nocturno.	( )	( )	( )	( )	( )
Si se hicieran más eventos, música, mercados o actividades en sus calles.	( )	( )	( )	( )	( )
Si fuera más fácil aparcar o llegar en bus.	( )	( )	( )	( )	( )
Si estuviera mejor conectado con los barrios para ir a pie a través de calles peatonales o calles más cómodas.	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más cosas para niños y familias.	( )	( )	( )	( )	( )
Sí estuviera más cuidado, tuviera mejor ambiente y aspecto.	( )	( )	( )	( )	( )
Sí el Mercado Central y su entorno tuvieran más vida.	( )	( )	( )	( )	( )
Si hubiera más sombra, zonas verdes, árboles y/o bancos para descansar.	( )	( )	( )	( )	( )
Si fuera más tranquilo y seguro.	( )	( )	( )	( )	( )
Sí transmitiera más alegría y modernidad.	( )	( )	( )	( )	( )

18) Otros cambios o mejoras que le gustaría añadir. Escriba su respuesta si lo desea.

_____

19) Finalmente, ¿cuál es su expectativa para los próximos cinco años?*

( ) Mantener la actividad sin grandes cambios.
( ) Cerrar el negocio por jubilación o por otros motivos.
( ) Traspasar el negocio por jubilación o por otros motivos.
( ) Reubicar el negocio en otro lugar de Vila-real.
( ) Invertir en el negocio para mejorar su imagen, modernización, digitalización…
( ) Abrir más establecimientos en Vila-real.
( ) Abrir más establecimientos fuera de Vila-real.
( ) Cambiar/ transformar/ desarrollar el modelo de negocio.
( ) Otras opciones.