

# Proyecto administrativo

29 de agosto de 2017

## Análisis del mercado minorista, área del Alisal

*Preparado para:*

**Ciudad de Salinas**

*Preparado por:*

**Applied Development Economics, Inc.**

1756 Lacassie Avenue, Suite 100, Walnut Creek, CA 94596 ■ 925.934.8712

[www.adeusa.com](http://www.adeusa.com)





# TABLA DE CONTENIDOS

---

RESUMEN .....	1
RESUMEN DEMOGRÁFICO .....	4
OFERTA Y DEMANDA MINORISTA .....	10
POTENCIAL DE CRECIMIENTO MINORISTA .....	15

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de hogares del Alisal por ingresos y edad, 2011-2015 .....	5
Tabla 2: Distribución de hogares del Alisal por régimen de tenencia de la vivienda, 2011-2015 .....	6
Tabla 3: Distribución de hogares del Alisal por grupo étnico, 2011-2015 .....	7
Tabla 4: Distribución de hogares latinos y no latinos del Alisal por régimen de tenencia, 2011-2015 ..	8
Tabla 5: Empleo agrícola por trimestre, condado de Monterey (2015).....	9
Tabla 6: Fuerza laboral por mes, Salinas (2016) .....	9
Tabla 7: Demanda minorista y pérdida de ventas en el Alisal (2015/16) .....	11
Tabla 8: Atractivo minorista y potencial de superficie cuadrada en el Alisal (2015/16) .....	16
Tabla 9: Demanda de servicios por hogar en el Alisal y establecimientos existentes (2016).....	18

# RESUMEN

---

## INTRODUCCIÓN

El sector minorista beneficia la calidad de vida de una comunidad mediante la venta de bienes y servicios para el consumo local y también como fuente importante de ingresos fiscales que financian los servicios municipales locales. El análisis del mercado minorista incluye una estimación de las ventas al por menor en el barrio del Alisal de Salinas, así como una comparación entre el potencial total de consumo y las ventas de los establecimientos minoristas en el Alisal.

## PERFIL DEMOGRÁFICO

Los factores demográficos que afectan directamente a las ventas al por menor son el tamaño del hogar y sus ingresos, el origen étnico, la distribución por edad y el régimen de tenencia de la vivienda (inquilino o propietario).

En 2015, se estima que el barrio del Alisal tiene unos 44.200 hogares, alrededor del 28% del total de la ciudad. La población fluctúa debido al alto nivel de empleo estacional en el campo de la agricultura. Durante la cosecha de verano, la fuerza de trabajo de la ciudad crece un 10% (7.600 trabajadores) en comparación con los meses de invierno.

El tamaño promedio de una familia en el Alisal (4.67 personas por hogar) es significativamente más alto que el promedio de la ciudad (3.81 personas).

El ingreso medio familiar es de \$37.446, en comparación con el promedio de la ciudad de \$49.740. Más del 35% de las familias del Alisal ganan menos de \$30.000 anuales. El Alisal también tiene una población relativamente joven, con casi 3.000 familias encabezadas por personas menores de 35 años de edad. Alrededor del 70% de los hogares del Alisal los ocupan inquilinos, y un 92% de los residentes son latinos; casi todo el resto de residentes son asiáticos.

## OFERTA Y DEMANDA DE VENTA MINORISTA

Se estima que las ventas al por menor anuales de los hogares del Alisal son de aproximadamente \$204,6 millones. Sin embargo, no todo este dinero se gasta en el Alisal, ya que los principales comercios minoristas se encuentran en el noroeste de Salinas (incluyendo el núcleo automotriz) y obtienen una gran parte del gasto familiar. Las ventas minoristas de comerciantes en el Alisal suman en total unos \$234,2 millones, lo cual significa que el Alisal tiene unas ventas netas regionales superiores a la de los hogares locales en unos \$29,6 millones.

Las categorías de negocios específicos tienen ventas netas en el Alisal y también atraen a los residentes de fuera del Alisal y a visitantes, así como transacciones entre negocios. La magnitud de las ventas netas varía considerablemente según el tipo de establecimiento. Los tipos de establecimientos donde las ventas exceden la demanda de los hogares incluyen las tiendas de comestibles, los concesionarios de automóviles usados y los de piezas de automóviles.

Los otros tipos de establecimientos del Alisal (tiendas de ropa y mercancía general, tiendas minoristas especializadas, lugares para comer, tiendas de electrodomésticos y electrónica, concesionarios de automóviles nuevos y gasolineras) en su mayoría no cumplen la demanda local de los hogares. La pérdida total de ventas (es decir, ventas realizadas fuera del barrio del Alisal) es de \$90,6 millones.

## POTENCIAL DE CRECIMIENTO DE VENTA MINORISTA

Algunas de las pérdidas de ventas podrían compensarse con la apertura de nuevas tiendas en el Alisal o con la expansión de las ventas en las tiendas ya existentes. En algunos casos, es poco probable que el Alisal llegara a tener tiendas de una escala tal que pudiera competir con los núcleos minoristas ya existentes en otras partes de Salinas. Esto es especialmente cierto en el caso de las grandes tiendas de mercancía general y los concesionarios de automóviles nuevos. Sin embargo, otras categorías (como las tiendas de ropa, las tiendas minoristas especializadas y las tiendas de decoración para el hogar junto a las categorías de materiales de construcción) tienen potencial para crecer. Se estima que el potencial de nuevas aperturas para compensar las pérdidas de ventas varía entre 51.000 y 55.300 pies cuadrados de espacio edificable.

### **Ejemplo A: Potencial de atracción minorista. Supuestos de crecimiento tanto alto como bajo (excepto mercancía general y concesionarios de automóviles nuevos)**

GRUPO MINORISTA	POTENCIAL DE CRECIMIENTO BAJO			POTENCIAL DE CRECIMIENTO ALTO	
	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS NUEVOS VIABLES	POTENCIAL DE ATRACCIÓN MINORISTA	POTENCIAL DE SUPERFICIE CUADRADA (SOLO ESTABLECIMIENTOS VIABLES)	MÁXIMO POTENCIAL DE CRECIMIENTO DE MINORISTA	MÁXIMO POTENCIAL DE SUPERFICIE CUADRADA
<b>Total</b>	14	\$25.983.494	50.960	\$47.959.163	55.262
<b>Grupo de tiendas de ropa</b>					
Ropa para hombres y mujeres	2	\$3.572.733	15.973	\$3.572.733	15.973
Ropa para toda la familia	0	\$1.677.386	6.901	\$1.677.386	6.901
Zapaterías	2	\$0	0	\$0	0
<b>Grupo de tiendas minoristas especializadas</b>	6	\$5.703.366	9.073	\$1.895.347	9.073
<b>Grupo de materiales de construcción y decoración para el hogar</b>					
Electrodomésticos y electrónica	0	\$0	0	\$586.290	1.762
Maderas y otros materiales de construcción	0	\$0	0	\$1.086.803	2.540
<b>Grupo automotriz</b>				\$19.587.706	
Autos nuevos y caravanas*					No corresponde
Gasolineras	3	\$16.707.396	11.486	\$16.707.396	11.486
Casas rodantes y remolques	0	\$0	0	\$15.417	No corresponde
Otros vehículos	0	\$0	0	\$699.452	No corresponde

## **PASOS A SEGUIR**

Este análisis evalúa qué tan bien la mezcla de negocios minoristas en el Alisal cumple la actual demanda de los hogares de la comunidad. Conforme avance el Plan de Vitalidad del Alisal, se irán añadiendo nuevas oportunidades de negocio, entre las que se incluyen:

- Un aumento de la demanda debido al crecimiento del Alisal
- Comercios no minoristas al servicio de toda la ciudad y de los mercados regionales
- Oportunidades de emprendimiento local

La siguiente fase de este análisis de mercado evaluará los posibles lugares de crecimiento empresarial, las condiciones del mercado inmobiliario en el Alisal y las oportunidades de uso mixto que integran las oportunidades de desarrollo residencial.

# RESUMEN DEMOGRÁFICO

---

Para poder estimar la demanda minorista local en el área del Alisal, el análisis debe tener en consideración las diferentes características demográficas de la zona. Los patrones de gasto de los hogares variarán en base a estos factores. Las características que se tuvieron en consideración para el Alisal incluyen la distribución por ingresos, por edad, por régimen de tenencia y por grupo étnico. Los datos demográficos provienen de la encuesta American Community Survey (ACS, por sus siglas en inglés) y se ajustó al barrio del Alisal juntando Census Tract Block Groups [Grupos de Bloques Censales]<sup>1</sup>. Como los datos demográficos se recopilan al nivel del Grupo de Bloques, se trata de una muestra de cinco años que incluye datos del periodo entre 2011 y 2015.

## HOGARES Y DISTRIBUCIÓN POR INGRESOS Y EDAD

En su conjunto, el ACS (entre 2011 y 2015) indica que el Alisal tenía casi 9.500 hogares, como se muestra en la tabla 1. En comparación, la ciudad de Salinas en su totalidad tenía casi 41.300 hogares en 2015<sup>2</sup>. La distribución por ingresos muestra que una gran parte de las familias del barrio gana menos de \$30.000 al año, con casi 3.400 de los hogares (un 36%) dentro de ese grupo de bajos ingresos. Menos de 700 familias del Alisal ganan \$100.000 o más al año. El ingreso promedio estimado del barrio del Alisal es de \$37.446.

Además, el Alisal tiene una población relativamente joven, con casi 3.000 familias encabezadas por personas menores de 35 años de edad. El ingreso promedio de los hogares encabezados por personas menores de 35 años de edad (\$35.852) es menor que el ingreso promedio de familias encabezadas por personas de 35 a 65 años de edad (\$42.545) y ligeramente mayor al ingreso promedio de los hogares encabezados por ancianos (\$30.216).

---

<sup>1</sup> La zona del Alisal consta de los siguientes Grupos de Bloques Censales: área de censo 5.01 grupos de bloque 1 y 2; área de censo 5.02 grupos de bloque 1 y 2; área de censo 6 grupos de bloque 1, 2, 3 y 4; área de censo 7.01 grupos de bloque 1, 2 y 3; área de censo 7.02 grupos de bloque 1, 2 y 3; área de censo 8 grupos de bloque 1, 2 y 3; área de censo bloque 9 grupos de bloque s 1, 2 y 3; área de censo 106,07 grupos de bloque 1 y 2; área de censo 106,08 grupos de bloque 2 y 3.

<sup>2</sup> Departamento de Finanzas de California, Tabla E-5: Estimaciones de Vivienda y Población de la Ciudad y del Condado, 01/01/2015.

**Tabla 1: Distribución de hogares del Alisal por ingresos y edad, 2011-2015**

INGRESO ANUAL DEL HOGAR	TODOS	EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA		
		<35	35-64	>65
<b>Total</b>	<b>9.474</b>	<b>2.985</b>	<b>5.236</b>	<b>1.253</b>
Menos de \$10.000	<b>429</b>	84	145	200
De \$10.000 a \$14.999	<b>559</b>	128	217	214
De \$15.000 a \$19.999	<b>735</b>	212	446	77
De \$20.000 a \$24.999	<b>815</b>	336	376	103
De \$25.000 a \$29.999	<b>835</b>	363	444	28
De \$30.000 a \$34.999	<b>815</b>	334	395	86
De \$35.000 a \$39.999	<b>872</b>	300	450	122
De \$40.000 a \$44.999	<b>537</b>	180	296	61
De \$45.000 a \$49.999	<b>621</b>	141	397	83
De \$50.000 a \$59.999	<b>964</b>	281	590	93
De \$60.000 a \$74.999	<b>858</b>	241	543	74
De \$75.000 a \$99.999	<b>755</b>	199	507	49
De \$100.000 a \$124.999	<b>357</b>	142	204	11
De \$125.000 a \$149.999	<b>156</b>	10	137	9
De \$150.000 a \$199.999	<b>137</b>	27	74	36
\$200.000 o más	<b>29</b>	7	15	7
20% superior	\$70.701	\$60.737	\$73.076	\$51.457
<b>Promedio</b>	<b>\$37.446</b>	<b>\$35.852</b>	<b>\$42.545</b>	<b>\$30.216</b>
20% inferior	\$21.993	\$19.637	\$22.111	\$12.530

Fuente: ADE, Inc., basado en la muestra de cinco años de la ACS del Censo de EE.UU. entre 2011 y 2015, tablas B19037 y B25007

## RÉGIMEN DE TENENCIA DE LA VIVIENDA

Por lo general, el Alisal lo habitan inquilinos; los propietarios de viviendas suponen tan sólo el 18% del total de hogares del barrio, como se muestra en la tabla 2. El ingreso medio en el caso de los propietarios (\$41.711) es también mayor que en el caso de los inquilinos (\$35.886).



**Tabla 2: Distribución de hogares del Alisal por régimen de tenencia de la vivienda**

INGRESO ANUAL DEL HOGAR	EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA - PROPIETARIO				EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA - INQUILINO			
	TODOS	<35	35-64	>65	TODOS	<35	35-64	>65
<b>Total</b>	<b>9.474</b>	<b>2.826</b>	<b>232</b>	<b>1.793</b>	<b>801</b>	<b>6.648</b>	<b>2.753</b>	<b>3.443</b>
Menos de \$10.000	<b>429</b>	162	14	61	<b>87</b>	267	70	84
De \$10.000 a \$14.999	<b>559</b>	162	8	52	<b>102</b>	397	120	165
De \$15.000 a \$19.999	<b>735</b>	196	15	133	<b>48</b>	539	197	313
De \$20.000 a \$24.999	<b>815</b>	220	26	108	<b>86</b>	595	310	268
De \$25.000 a \$29.999	<b>835</b>	162	20	128	<b>14</b>	673	343	316
De \$30.000 a \$34.999	<b>815</b>	207	26	113	<b>68</b>	608	308	282
De \$35.000 a \$39.999	<b>872</b>	246	22	138	<b>86</b>	626	278	312
De \$40.000 a \$44.999	<b>537</b>	173	13	110	<b>50</b>	364	167	186
De \$45.000 a \$49.999	<b>621</b>	211	12	145	<b>54</b>	410	129	252
De \$50.000 a \$59.999	<b>964</b>	290	18	198	<b>74</b>	674	263	392
De \$60.000 a \$74.999	<b>858</b>	294	23	216	<b>55</b>	564	218	327
De \$75.000 a \$99.999	<b>755</b>	238	14	193	<b>31</b>	517	185	314
De \$100.000 a \$124.999	<b>357</b>	118	18	92	<b>8</b>	239	124	112
De \$125.000 a \$149.999	<b>156</b>	64	1	58	<b>5</b>	92	9	79
De \$150.000 a \$199.999	<b>137</b>	68	1	40	<b>27</b>	69	26	34
\$200.000 o más	<b>29</b>	15	1	8	<b>6</b>	14	6	7
20% superior	\$70.701	\$72.991	\$70.659	\$76.732	\$57.470	\$61.925	\$60.477	\$64.304
<b>Promedio</b>	<b>\$37.446</b>	<b>\$41.711</b>	<b>\$37.247</b>	<b>\$45.369</b>	<b>\$34.610</b>	<b>\$35.886</b>	<b>\$35.739</b>	<b>\$39.574</b>
20% inferior	\$21.993	\$21.737	\$25.080	\$25.324	\$12.713	\$22.104	\$19.748	\$20.740

Fuente: ADE, Inc., basado en la muestra de cinco años de la ACS del Censo de EE.UU. entre 2011 y 2015, tablas B19037 y B25007

## ORIGEN ÉTNICO

El barrio del Alisal lo componen principalmente hogares latinos. En total, los hogares latinos suponen el 92% de los hogares del barrio. Los hogares restantes son en gran parte asiáticos. Debido a esta gran proporción de hogares latinos en el Alisal, los indicadores demográficos de los hogares latinos no difieren mucho de los indicadores generales del barrio. La tabla 3 muestra la distribución por ingresos y edad en el caso de hogares latinos y no latinos, mientras que la tabla 4 muestra la diferencia entre propietarios e inquilinos entre los hogares latinos.

**Tabla 3: Distribución de hogares del Alisal por grupo étnico, 2011-2015**

INGRESO ANUAL DEL HOGAR	EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA – NO LATINO				EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA – LATINO			
	TODOS	<35	35-64	>65	TODOS	<35	35-64	>65
<b>Total</b>	<b>718</b>	<b>58</b>	<b>300</b>	<b>360</b>	<b>8.756</b>	<b>2.927</b>	<b>4.936</b>	<b>893</b>
Menos de \$10.000	41	0	15	26	388	84	130	174
De \$10.000 a \$14.999	48	0	4	44	511	128	213	170
De \$15.000 a \$19.999	84	0	43	41	651	212	403	36
De \$20.000 a \$24.999	78	5	10	63	737	331	366	40
De \$25.000 a \$29.999	30	11	9	10	805	352	435	18
De \$30.000 a \$34.999	60	0	17	43	755	334	378	43
De \$35.000 a \$39.999	62	5	16	41	810	295	434	81
De \$40.000 a \$44.999	35	8	21	6	502	172	275	55
De \$45.000 a \$49.999	39	0	15	24	582	141	382	59
De \$50.000 a \$59.999	74	7	30	37	890	274	560	56
De \$60.000 a \$74.999	51	7	31	13	807	234	512	61
De \$75.000 a \$99.999	48	6	37	5	707	193	470	44
De \$100.000 a \$124.999	26	2	17	7	331	140	187	4
De \$125.000 a \$149.999	11	0	11	0	145	10	126	9
De \$150.000 a \$199.999	9	0	9	0	128	27	65	36
\$200.000 o más	22	7	15	0	7	0	0	7
20% superior	\$71.561	\$80.929	\$96.773	\$48.321	\$70.631	\$60.479	\$72.445	\$58.556
<b>Promedio</b>	<b>\$36.846</b>	<b>\$49.999</b>	<b>\$49.999</b>	<b>\$29.347</b>	<b>\$37.603</b>	<b>\$35.545</b>	<b>\$41.847</b>	<b>\$30.581</b>
20% inferior	\$16.600	\$21.749	\$19.354	\$15.428	\$22.595	\$19.383	\$22.193	\$10.264

Fuente: Applied Development Economics, Inc., basado en la muestra de cinco años de la ACS del Censo de EE.UU. entre 2011 y 2015, tablas B19037 y 25007

**Tabla 4: Distribución de hogares latinos y no latinos del Alisal por régimen de tenencia, 2011-2015**

INGRESO ANUAL DEL HOGAR	EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA – PROPIETARIOS LATINOS O HISPANOS				EDAD DEL CABEZA DE FAMILIA – INQUILINOS LATINOS O HISPANOS			
	TODOS	<35	35-64	>65	TODOS	<35	35-64	>65
<b>Total</b>	<b>2.334</b>	<b>223</b>	<b>1.629</b>	<b>482</b>	<b>6.422</b>	<b>2.704</b>	<b>3.307</b>	<b>411</b>
Menos de \$10.000	126	14	50	62	262	70	80	112
De \$10.000 a \$14.999	120	8	50	62	391	120	163	108
De \$15.000 a \$19.999	137	15	108	14	514	197	295	22
De \$20.000 a \$24.999	160	26	102	32	577	305	264	8
De \$25.000 a \$29.999	151	19	126	6	654	333	309	12
De \$30.000 a \$34.999	157	26	102	29	598	308	276	14
De \$35.000 a \$39.999	197	20	130	47	613	275	304	34
De \$40.000 a \$44.999	155	12	99	44	347	160	176	11
De \$45.000 a \$49.999	185	12	136	37	397	129	246	22
De \$50.000 a \$59.999	249	17	192	40	641	257	368	16
De \$60.000 a \$74.999	263	21	199	43	544	213	313	18
De \$75.000 a \$99.999	212	14	172	26	495	179	298	18
De \$100.000 a \$124.999	98	17	79	2	233	123	108	2
De \$125.000 a \$149.999	56	1	50	5	89	9	76	4
De \$150.000 a \$199.999	62	1	34	27	66	26	31	9
\$200.000 o más	6	0	0	6	1	0	0	1
20% superior	\$73.704	\$70.420	\$75.532	\$62.026	\$61.724	\$60.255	\$71.016	\$54.952
<b>Promedio</b>	<b>\$43.652</b>	<b>\$36.133</b>	<b>\$47.786</b>	<b>\$41.145</b>	<b>\$37.511</b>	<b>\$35.498</b>	<b>\$39.112</b>	<b>\$14.010</b>
20% inferior	\$24.375	\$24.107	\$26.273	\$11.661	\$22.011	\$19.537	\$20.616	\$7.339

Fuente: Applied Development Economics, Inc., basado en la muestra de cinco años de la ACS del Censo de EE.UU. entre 2011 y 2015, tablas B19037 y 25007

## TAMAÑO PROMEDIO DEL HOGAR

Según los datos de la ACS, el tamaño promedio de una familia del Alisal era de 4,67 personas por hogar. Multiplicado por los 9.474 hogares que hay en el Alisal, la población del barrio es de aproximadamente 44.200 residentes. Por otro lado, en 2015, el tamaño promedio de una familia en Salinas fue de 3,81 personas por hogar. Esta información se utilizó para ajustar los niveles de ventas al por menor de los hogares del Alisal.

## ESTACIONALIDAD DEL TRABAJO.

Un factor para evaluar el mercado minorista en el barrio del Alisal es la estacionalidad del trabajo. En concreto, el empleo en agricultura es altamente estacional, y la mano de obra para la agricultura tiende a ser más transitoria que en otros sectores.

Como se muestra en la tabla 5, el número de empleos agrícolas en el condado de Monterey fue en promedio de 52.833 en 2015, alrededor del 34.3% del total de empleos en el condado. Sin embargo,

la tasa promedio de empleo durante el tercer trimestre fue casi el doble que la del primero. Esto significa que hubo alrededor de 34.000 puestos de trabajo agrícolas menos durante el primer trimestre que durante la temporada alta de cosecha del tercer trimestre. Esta estacionalidad también tiene un efecto sobre el empleo en general en todas las industrias.

**Tabla 5: Empleo agrícola por trimestre, condado de Monterey (2015)**

TRIMESTRE	TOTAL, TODAS LAS INDUSTRIAS	AGRICULTURA, PESCA Y CAZA	PORCENTAJE TOTAL DE AGRICULTURA
<b>Media anual de 2015</b>	154.100	52.833	34.3%
<b>2015 Q1</b>	131.218	34.441	26.2%
<b>2015 Q2</b>	162.004	61.440	37.9%
<b>2015 Q3</b>	172.496	68.473	39.7%
<b>2015 Q4</b>	150.551	46.978	31.2%

Fuente: ADE, Inc.; datos del Departamento de Desarrollo de Empleo de California, División de Información del Mercado Laboral.

En Salinas, la fuerza laboral total oscila entre 76.000 y 82.600 trabajadores dependiendo de la época del año. Además, la mano de obra desempleada tiene su máximo número de trabajadores (9.100) en enero, y se divide por la mitad en septiembre. Este es otro indicador de cómo la estacionalidad agrícola influye en la fuerza laboral local.

**Tabla 6: Fuerza laboral por mes, Salinas (2016)**

MES	DESEMPLEADOS	EMPLEADOS	FUERZA LABORAL
Ene	9.094	68.053	77.147
Feb	8.824	68.620	77.444
Mar	8.567	69.309	77.876
Abr	6.353	74.363	80.716
May	5.079	76.760	81.839
Jun	5.394	78.168	83.562
Jul	5.360	77.847	83.207
Ago	4.927	77.714	82.641
Sep	4.571	77.735	82.306
Oct	4.697	77.062	81.759
Nov	5.551	74.653	80.204
Dic	7.913	68.049	75.962

Fuente: ADE, Inc.; datos del Departamento de Desarrollo de Empleo de California, División de Información del Mercado Laboral.

# OFERTA Y DEMANDA MINORISTA

---

El gasto de los hogares locales representa el componente individual más grande que financia los sectores comerciales minoristas de cualquier comunidad. Los principales factores que afectan la demanda de productos y servicios minoristas incluyen el número de familias que viven en el área del mercado local y el ingreso promedio y su distribución a través de diferentes grupos. Además, los patrones de ventas al por menor también pueden variar por grupo étnico, grupo de edad, tamaño promedio del hogar y si la casa está ocupada por un propietario o un inquilino.

Como se describe más adelante en esta sección, la pérdida de ventas representa la brecha entre la demanda del mercado local y las ventas de establecimientos minoristas locales. Esta pérdida representa un déficit, pero también una oportunidad tanto para la expansión comercial como para la atracción de negocios.

## GASTO LOCAL DE HOGARES

El total de gastos minoristas de hogares se calcula a partir de un modelo analítico desarrollado por ADE. Este modelo estima el gasto en más de 40 tipos diferentes de tiendas y 100 categorías de productos. Debido a las características únicas del barrio del Alisal (en particular su alta concentración de hogares latinos e hispanos), el análisis calculó por separado la demanda minorista según las variables de ingresos, edad, grupo étnico y régimen de tenencia de la vivienda.<sup>3</sup>

Según datos del modelo de demanda minorista, se estima que las ventas al por menor anuales de los hogares del Alisal es de aproximadamente \$250,8 millones, como se muestra en la tabla 5. Debe señalarse que no todo este gasto se produce dentro del Alisal, porque otras zonas de Salinas y las comunidades vecinas suponen oportunidades de compra minorista que no están disponibles a nivel local.

El gasto por hogar entre los residentes locales se distribuye a lo largo de todas las categorías de tiendas minoristas. Las categorías de más ventas al por menor son tiendas de mercancía general, lugares para comer, gasolineras y tiendas de comestibles. Cada una de estas categorías de tienda minorista representa más de \$38 millones de gasto por parte de los hogares.

## VENTAS MINORISTAS Y PÉRDIDA DE VENTAS

Las ventas minoristas anuales en el barrio del Alisal suman en total \$234,2 millones, una cifra ligeramente superior a la demanda del mercado local de \$204,6 millones, como se muestra en la tabla 7. Esto significa que en el Alisal hay una pérdida de ventas, pues la demanda de los hogares es inferior a las ventas existentes, y esto sin tener en cuenta otras ventas que provienen de otros consumidores, entre los que se incluyen otras empresas, viajeros diarios y visitantes de fuera de la

---

<sup>3</sup> El análisis calculó por separado la demanda por hogar según los siguientes grupos: inquilinos por edad (menores de 35, de 35 a 65 y mayores de 65 años) y propietarios por edad (menores de 35, de 35 a 65 y mayores de 65 años). Dentro de cada grupo de edad y de régimen de tenencia, las estimaciones de demanda se diferenciaron aún más en base al nivel de ingresos. Debido a la muy alta concentración de hogares latinos e hispanos, el modelo se ajustó para poder reflejar las características de gasto en general.

ciudad. Aunque la pérdida de ventas ocurra en la mayor parte de las categorías minoristas, los negocios del Alisal también obtienen una ventas netas significativas que ocurre en segmentos del mercado minorista muy específicos, principalmente en tiendas de comestibles y concesionarios de autos usados y de piezas de automóviles. Cada una de estas categorías tiene unas ventas netas de más de \$12 millones al año. Al mismo tiempo, la pérdida de ventas ocurre en una amplia gama de otros categorías de tiendas, principalmente en tiendas de mercancía general, concesionarios de autos nuevos y gasolineras.

**Tabla 7: Demanda minorista y pérdida de ventas en el Alisal (2015/16)**

<b>GRUPO MINORISTA</b>	<b>GASTO POR HOGAR EN EL ALISAL</b>	<b>TOTAL DE VENTAS MINORISTAS</b>	<b>PÉRDIDA DE VENTAS</b>	<b>VENTAS REGIONALES NETAS</b>
<b>Total</b>	\$204.599.039	\$234.217.550	\$60.972.376	\$90.590.886
<b>Grupo de tiendas de ropa</b>	\$11.559.504	\$8.680.200	\$3.572.733	\$269.644
<b>Ropa para hombres y mujeres</b>	\$2.502.886	\$825.500	\$1.677.386	\$0
<b>Ropa para toda la familia</b>	\$6.705.856	\$6.975.500	\$0	\$269.644
<b>Zapaterías</b>	\$2.774.547	\$879.200	\$1.895.347	\$0
<b>Grupo de mercancía general</b>	\$34.835.337	\$21.822.124	\$13.013.213	\$0
<b>Grupo de tiendas minoristas especializadas</b>	\$10.790.866	\$5.087.500	\$5.703.366	\$0
<b>Grupo de alimentos, comidas y bebidas</b>	\$64.215.751	\$88.242.781	\$0	\$24.027.030
<b>Tiendas de comestibles</b>	\$32.051.250	\$48.589.634	\$0	\$16.538.385
<b>Tiendas alimentarias especializadas</b>	\$1.070.770	\$2.350.203	\$0	\$1.279.433
<b>Licorerías</b>	\$1.158.215	\$2.662.944	\$0	\$1.504.728
<b>Lugares para comer</b>	\$29.935.516	\$34.640.000	\$0	\$4.704.484
<b>Grupo de materiales de construcción y decoración para el hogar</b>	\$12.640.758	\$12.073.400	\$1.673.093	\$1.105.735
<b>Muebles y decoración para el hogar</b>	\$2.799.989	\$3.575.200	\$0	\$775.211
<b>Electrodomésticos y electrónica</b>	\$3.696.490	\$3.110.200	\$586.290	\$0
<b>Mercancías usadas</b>	\$221.576	\$552.100	\$0	\$330.524
<b>Tiendas de suministros para el jardín o de materiales de construcción*</b>	\$5.922.703	\$4.835.900	\$1.086.803	\$0
<b>Grupo automotriz</b>	\$70.133.038	\$98.311.545	\$37.009.971	\$65.188.478
<b>Autos nuevos y caravanas</b>	\$19.587.706	\$0	\$19.587.706	\$0
<b>Concesionarios de autos usados</b>	\$2.127.917	\$54.856.000	\$0	\$52.728.083
<b>Gasolineras</b>	\$46.624.641	\$29.917.245	\$16.707.396	\$0
<b>Casas rodantes y remolques</b>	\$15.417	\$0	\$15.417	\$0
<b>Piezas de automóviles y accesorios</b>	\$1.077.905	\$13.538.300	\$0	\$12.460.395
<b>Otros vehículos</b>	\$699.452	\$0	\$699.452	\$0

Fuente: ADE, Inc.; datos de la ACS y de HdL Companies; modelo de demanda minorista obtenido del Censo Económico de EE.UU., de la Encuesta de Gastos de Consumo de la Oficina de Estadísticas Laborales y de la base de datos PUMs.

Notas: Las características demográficas de los hogares se basan en la muestra de cinco años de la ACS que incluye los datos recogidos entre 2011 y 2015.

Las categorías marcadas con asteriscos ("\*") se añaden debido a las restricciones de confidencialidad asociadas con los datos del impuesto sobre ventas.

Los datos sobre impuestos cubren el período entre el cuarto trimestre de 2015 y el tercer trimestre de 2016 y son específicos de empresas ubicadas en el barrio del Alisal.

Los datos sobre ventas gravables están en un total anual enumerado según las categorías de comercios minoristas. Las empresas incluidas en el análisis abarcan solamente los comercios minoristas del barrio del Alisal. Los datos sobre ventas minoristas provienen de los registros de distribución de impuestos de ventas de la California State Board of Equalization [Junta Estatal de California para el Igualamiento], con ayuda adicional de HdL Companies. ADE revisó los datos por motivos de divulgación antes de incluirlos en el análisis. Como ciertos artículos minoristas tales como

los alimentos y los medicamentos recetados no son gravables, los totales de ventas minoristas incluyen una conversión que estima las ventas no gravables.

A continuación se resumen, divididos en grupos, los resultados de ventas minoristas, pérdidas de ventas y ventas netas.

#### **GRUPO DE TIENDAS DE ROPA**

Las tiendas de ropa incluyen tiendas especializadas en ropa, accesorios y zapatos. En el Alisal, estas tiendas generaron colectivamente unos \$8,7 millones de ventas en 2015/16. La mayoría de las ventas provienen de tiendas de ropa familiar (\$7 millones). Cada una de las otras categorías de tiendas de ropa genera menos de \$1 millón en ventas anuales.

Las tiendas de ropa como grupo tienen una pérdida de ventas que asciende a \$3,6 millones. La pérdida más grande se produce en ropa de hombres y mujeres y en zapaterías; cada categoría genera más de \$1 millón en pérdidas.

#### **GRUPO DE MERCANCÍA GENERAL**

La categoría de mercancía general incluye una sección de tiendas que venden líneas de mercancía en múltiples categorías de productos. Estas tiendas incluyen grandes almacenes, almacenes de descuento, tiendas de autoservicio, bazares y farmacias. Las tiendas de esta categoría generaron unos \$21,8 millones en ventas en 2015/16; la mayoría de las ventas procede de las farmacias. El Alisal no tiene ningún almacén a gran escala ni tiendas de descuento o de autoservicio. Todas las ventas de mercancía general en el Alisal provienen de farmacias y bazares; las farmacias son responsables de alrededor del 74% de las ventas en esta categoría.

En su conjunto como grupo, las tiendas de mercancía general generan una pérdida de ventas de aproximadamente \$13 millones. Esta pérdida de ventas se produce debido a la falta de tiendas de mercancía general a gran escala en el Alisal. Para satisfacer esta demanda, los residentes compran en grandes almacenes, tiendas de descuento y tiendas de autoservicio ubicadas principalmente en el noroeste de Salinas. Los residentes también pueden satisfacer sus necesidades de mercancía general comprando en las farmacias ubicadas en el Alisal.

#### **GRUPO DE TIENDAS MINORISTAS ESPECIALIZADAS**

Las tiendas minoristas especializadas se centran en grupos específicos de productos y, como grupo, abarcan gran variedad de ofertas de diferentes productos y tipos de tiendas. Los tipos de tiendas incluidos en el grupo de tiendas minoristas especializadas incluyen tiendas de regalos, floristerías, joyerías, tiendas de artículos deportivos, librerías, tiendas de música, jugueterías, tiendas de suministros de oficina, tiendas de mascotas y tiendas de belleza.

Estas tiendas generaron un total de \$5,1 millones en ventas minoristas en 2015/16, con \$5,7 millones en pérdida de ventas. Esta pérdida de ventas representa más de la mitad de las ventas minoristas totales en esta categoría, lo que indica que las tiendas minoristas especializadas en el Alisal no cumplen con la mayoría de necesidades de compra de la comunidad en esta categoría y no atraen especialmente a los clientes de la comunidades de los alrededores.

### **GRUPO DE ALIMENTOS, COMIDAS Y BEBIDAS**

Las tiendas minoristas relacionadas con la comida generaron aproximadamente \$88,2 millones en ventas minoristas en 2014, con más de \$94,6 millones en ventas procedentes de restaurantes y otros lugares para comer. Las tiendas de comestibles generaron \$48,6 millones en ventas minoristas (incluyendo artículos no gravables). Las ventas en tiendas de comida especializadas y tiendas de licores también sumaron más de \$2 millones.

Todas las categorías de tienda en este grupo generaron unas ventas netas. La proximidad del Alisal a la autopista 101, con su núcleo de alojamientos cerca de Market St. y los negocios ubicados en las áreas industriales cercanas, sugiere que probablemente los restaurantes y otros lugares para comer sirven a un gran número de visitantes, viajeros diarios y residentes de las comunidades de los alrededores. Como las ventas netas en el caso de los lugares para comer son relativamente pequeñas, estos negocios realmente podrían tener una pérdida de ventas.

Cabe señalar que al menos una parte de la demanda en esta categoría podría provenir de la demanda pico estacional de los trabajadores agrícolas que los datos de la demanda por hogares no toma en consideración de manera adecuada.

### **GRUPO DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN Y DECORACIÓN PARA EL HOGAR**

El grupo de materiales de construcción y decoración para el hogar incluye tiendas que se especializan en productos de mejora del hogar y también incluye tiendas de electrónica y electrodomésticos, tiendas de mobiliario y tiendas de mercancía usada. En conjunto, estas tiendas generan aproximadamente \$12,1 millones en ventas minoristas, predominantemente en electrodomésticos y electrónica, materiales de construcción y de suministros para el jardín y decoración para el hogar. Cada una de estas categorías facturó más de \$3 millones en ventas anuales.

A pesar de que el grupo en su totalidad tiene una pérdida de ventas de \$1,7 millones en categorías de tiendas específicas, el grupo se ve compensado con unas ventas regionales netas de \$1,1 millones en otras categorías relacionadas. Especialmente en las categorías de tiendas de mejoras para el hogar, una porción significativa de sus ventas provienen de contratistas y otras transacciones entre negocios. Debido a esto, todavía puede haber una porción significativa de ventas por parte de los hogares que se facturan fuera del Alisal. Las categorías de tiendas con pérdida de ventas en este grupo son los aparatos electrodomésticos y electrónica, suministros para viveros y jardines y maderas y materiales de construcción. Las tiendas con ventas regionales netas son las de muebles y decoración para el hogar y mercancía usada.

### **GRUPO AUTOMOTRIZ**

Los negocios minoristas en el grupo automotriz incluyen los concesionarios de automóviles nuevos y usados, las gasolineras y las tiendas de piezas de automóviles, así como los distribuidores de otros vehículos como barcos, motocicletas y remolques. Como grupo, las empresas automotrices generan aproximadamente \$98,3 millones en ventas al por menor en 2015/16. Todas estas ventas ocurrieron en concesionarios de automóviles usados, gasolineras y tiendas de piezas de automóviles.

Este grupo genera ventas regionales netas. Sin embargo, la mayor parte de estas ventas regionales ocurrieron debido a la muy alta concentración de ventas en concesionarios de automóviles usados y



tiendas de piezas de automóviles. Las tiendas de piezas de automóviles en particular generan una porción significativa de las ventas de otros negocios (como talleres). La pérdida de ventas en esta categoría proviene sobre todo de los concesionarios de autos nuevos, que se concentran en el noroeste de Salinas, y de las gasolineras. El Alisal no tiene concesionarios de automóviles nuevos, así que todas las ventas en esta categoría se facturan fuera de la comunidad. El Alisal también tiene una importante concentración de gasolineras. Sin embargo, la demanda es mucho mayor que la de las ventas existentes, lo que significa que los residentes locales probablemente van a otro sitio.

# POTENCIAL DE CRECIMIENTO MINORISTA

---

El barrio del Alisal cuenta con una pérdida de ventas de \$61 millones. Esta pérdida de ventas puede financiar nuevos establecimientos comerciales, si es lo bastante grande en cada categoría de tienda. Con el fin de evaluar si la atracción de nuevos comercios minoristas es viable, el análisis comparó la pérdida de ventas por categoría de tienda con el promedio de ventas del condado por tienda en esa categoría. Un nuevo establecimiento minorista se considera viable si la pérdida de ventas es por lo menos el 80% de las ventas promedio por tienda.

En conjunto, el barrio del Alisal puede albergar unos 14 nuevos establecimientos de venta minorista, con unas posibles ventas de alrededor \$45,6 millones, como se muestra en la tabla 8. La mayoría del potencial de atractivos minoristas está en el grupo automotriz, que representa \$36,3 millones de los viables nuevos atractivos minoristas. Otras categorías con potencial para nuevos establecimientos incluyen las tiendas de ropa y las tiendas minoristas especializadas.

Al considerar sólo los establecimientos viables (excepto los concesionarios de automóviles nuevos), la demanda de superficie cuadrada de nuevos atractivos minoristas es de casi 51.000 pies cuadrados. Acomodar la demanda para la construcción de espacio puede provenir del desarrollo de nuevos comercios, así como de la ocupación de espacios vacantes existentes.

Otras categorías de tiendas muestran pérdida de ventas, pero no han incumplido la demanda comercial lo suficiente como para financiar al menos el nivel de ventas de una tienda promedio. Si es viable tener establecimientos adicionales con niveles de venta más bajos, la pérdida de ventas adicional financiaría casi 110.400 pies cuadrados de espacio comercial minorista. Cabe señalar que esto es un supuesto y que es probable que una gran parte de la pérdida de ventas existente no se facturará en el barrio del Alisal debido a la competencia de negocios minoristas en el resto de la ciudad de Salinas que atraen a los residentes del Alisal.

A continuación se resumen, divididos según el potencial de grupo minorista, los resultados de atractivos minoristas y superficie cuadrada.

## **GRUPO DE TIENDAS DE ROPA**

Según la pérdida de ventas y el umbral de financiación de las tiendas en estas categorías, el grupo de las tiendas de ropa puede financiar posiblemente unos cuatro establecimientos nuevos. Estas tiendas incluyen tiendas de ropa de hombres y de mujeres y tiendas de zapatos. Según el promedio de ventas por establecimiento, el potencial de superficie cuadrada para las tiendas de ropa es en total de unos 16.000 pies cuadrados.

## **GRUPO DE MERCANCÍA GENERAL**

El grupo de mercancía general tiene una pérdida de ventas de unos \$13 millones. Mucha de la pérdida de ventas en esta categoría proviene de la falta de unos grandes almacenes, así como de tiendas de descuento y tiendas de autoservicio en el barrio del Alisal. En promedio, un gran almacén o tienda de

descuento en el condado de Monterey genera unos \$28 millones en ventas anuales, lo cual supera la demanda no satisfecha en el Alisal. Las tiendas de mercancía general a menor escala, como las farmacias y los bazares, requieren ventas mucho menores. Sin embargo, varios de esos establecimientos ya operan en el Alisal. Es probable que esta pérdida de ventas no pueda recuperarse en el Alisal, sino que seguirá yendo a tiendas como Wal-Mart y Costco en Salinas.

**Tabla 8: Atractivo minorista y potencial de superficie cuadrada en el Alisal (2015/16)**

<b>GRUPO MINORISTA</b>	<b>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS VIABLES</b>	<b>POTENCIAL DE ATRACCIÓN MINORISTA</b>	<b>POTENCIAL DE SUPERFICIE CUADRADA (SOLO ESTABLECIMIENTOS VIABLES)</b>	<b>MÁXIMO POTENCIAL DE CRECIMIENTO DE MINORISTA</b>	<b>MÁXIMO POTENCIAL DE SUPERFICIE CUADRADA</b>
<b>Total</b>	14	\$45.571.200	50.960	\$90.590.886	110.399
<b>Grupo de tiendas de ropa</b>	4	\$3.572.733	15.973	\$269.644	15.973
<b>Ropa para hombres y mujeres</b>	2	\$1.677.386	6.901	\$0	6.901
<b>Ropa para toda la familia</b>	0	\$0	0	\$269.644	0
<b>Zapaterías</b>	2	\$1.895.347	9.073	\$0	9.073
<b>Grupo de mercancía general</b>	0	\$0	0	\$0	55.136
<b>Grupo de tiendas minoristas especializadas</b>	6	\$5.703.366	23.501	\$0	23.501
<b>Grupo de alimentos, comidas y bebidas</b>	0	\$0	0	\$24.027.030	0
<b>Tiendas de comestibles</b>	0	\$0	0	\$16.538.385	0
<b>Tiendas alimentarias especializadas</b>	0	\$0	0	\$1.279.433	0
<b>Licorerías</b>	0	\$0	0	\$1.504.728	0
<b>Lugares para comer</b>	0	\$0	0	\$4.704.484	0
<b>Grupo de materiales de construcción y mobiliario para el hogar</b>	0	\$0	0	\$1.105.735	4.303
<b>Muebles y decoración para el hogar</b>	0	\$0	0	\$775.211	0
<b>Electrodomésticos y electrónica</b>	0	\$0	0	\$0	1.762
<b>Mercancías usadas</b>	0	\$0	0	\$330.524	0
<b>Tiendas de suministros para el jardín o de materiales de construcción*</b>	0	\$0	0	\$0	2.540
<b>Grupo automotriz</b>	4	\$36.295.102	11.486	\$65.188.478	11.486
<b>Autos nuevos y caravanas*</b>	1	\$19.587.706	No corresponde	\$0	No corresponde
<b>Concesionarios de autos usados</b>	0	\$0	0	\$52.728.083	0
<b>Gasolineras</b>	3	\$16.707.396	11.486	\$0	11.486
<b>Casas rodantes y remolques</b>	0	\$0	0	\$0	No corresponde
<b>Piezas de automóviles y accesorios</b>	0	\$0	0	\$12.460.395	0
<b>Otros vehículos</b>	0	\$0	0	\$0	No corresponde

*Fuente: ADE, Inc.; datos de la ACS y de HdL Companies; modelo de demanda minorista obtenido del Censo Económico de EE.UU., de la Encuesta de Gastos de Consumo de la Oficina de Estadísticas Laborales y de la base de datos PUMs.*

*Notas: El potencial de nuevos establecimientos toma como referente las ventas promedio de cada categoría de ventas según los datos del Censo Económico de EE.UU. del condado de Monterey.*

*El potencial de superficie cuadrada se basa en los datos sobre ventas promedio por pie cuadrado publicados por Urban Land Institute's Dollars y Cents of Shopping Centers*

*\*Nota: La pérdida de ventas de autos nuevos financiaría un concesionario; sin embargo, es poco probable que un concesionario se ubicara en el Alisal cuando la ciudad tiene un núcleo automotriz sólido.*

## **GRUPO DE TIENDAS MINORISTAS ESPECIALIZADAS**

La pérdida de ventas del grupo de tiendas minoristas especializadas financiaría potencialmente seis nuevos establecimientos en el Alisal. Según las ventas promedio por pie cuadrado para este tipo de tiendas, estos nuevos establecimientos acomodarían potencialmente más de 23.500 pies cuadrados.

## **GRUPO AUTOMOTRIZ**

Las categorías de gasolineras y concesionarios de autos nuevos representan la mayoría del potencial de atracción minorista en el Alisal. La pérdida de ventas en la categoría de concesionarios de autos nuevos es lo suficientemente grande como para financiar un nuevo establecimiento. Sin embargo, debido a la gran concentración de concesionarios de automóviles en el noroeste de Salinas, no supone realmente un atractivo minorista para el Alisal.

Con las gasolineras, la pérdida de ventas potencialmente financiaría tres nuevos establecimientos. Potencialmente, esto complementaría las altas ventas regionales netas de los lugares para comer en el Alisal. Los 11.500 pies cuadrados del área de construcción viable representan los espacios interiores que requieren las operaciones típicas de una gasolinera.

## **DEMANDA DE SERVICIOS**

Además de tiendas minoristas, los hogares del Alisal también generan demanda para una variedad de servicios locales. Estos servicios incluyen alquileres, reparaciones, servicios de salud, servicios personales y recreación y entretenimiento. Los hogares del Alisal generan una demanda de unos \$35 millones en servicios. La mayor parte de esta demanda es en servicios de atención médica, con más de \$16 millones de gasto en servicios. Otra categoría de gasto de los hogares en servicios es la de reparaciones, que genera más de \$9,8 millones de demanda anual.

Como no hay datos fiables de ventas de los establecimientos de servicio, el análisis de los servicios comparó los establecimientos viables con los establecimientos ya existentes en el Alisal. La estimación de establecimientos viables resulta de la comparación del gasto en servicios de los hogares con las ventas promedio por establecimiento de todas las empresas de ese tipo en el condado de Monterey. Los datos sobre establecimientos ya existentes provienen de los registros de licencia de negocios de los establecimientos de servicios del Alisal, proporcionados por la ciudad de Salinas.

En la mayoría de los casos, el número de empresas de servicios existentes en el Alisal excedió el número de establecimientos viables. Con tantas categorías de servicios, las empresas también se ven respaldadas por las transacciones entre negocios. En otras categorías de servicios, como servicios médicos y de reparación de automóviles, el flujo de ingresos es más complejo porque los pagos a menudo provienen de las aseguranzas y otros reembolsos que no proceden directamente de los consumidores.

Además, los registros de licencia comerciales no indican el nivel de servicio o de ventas de cada establecimiento. A pesar de que los establecimientos de servicios existentes podrían existir para una categoría específica, las empresas no podrían ofrecer el rango o la calidad de los servicios que otros establecimientos ubicados en otros lugares podría poner a disposición de los clientes.

Las categorías de servicios que muestran establecimientos más viables que los negocios existentes en el Alisal incluyen otros servicios de salud y cuidado de niños, guardería y preescolar.

**Tabla 9: Demanda de servicios por hogar en el Alisal y establecimientos existentes (2016)**

CÓDIGO NAICS	CATEGORÍA DE SERVICIOS	GASTO EN SERVICIOS DE LOS HOGARES DEL ALISAL	ESTABLECIMIENTOS VIABLE	ESTABLECIMIENTOS EXISTENTES EN EL ALISAL
	<b>GASTO TOTAL EN SERVICIOS</b>	\$34.975.662		
	<b>SERVICIOS DE ALQUILER</b>	\$1.869.794		
53211	Alquiler y arrendamiento de automóviles	\$398.624	0.2	0
5322	Alquiler de bienes de consumo	\$1.463.648	2.3	3
53242	Alquiler de equipos de oficina	\$7.522	0.0	0
	<b>SERVICIOS PROFESIONALES</b>	\$766.921		
5411	Servicios legales	\$70.855	0.1	1
5412	Servicios de contabilidad	\$696.066	1.5	8
	<b>SERVICIOS DE ATENCIÓN MÉDICA</b>	\$16.027.558		
6211	Servicios médicos	\$913.359	0,7	3
6212	Servicios dentales	\$1.378.983	1.6	3
6213	Otros servicios de salud	\$2.139.238	5.7	4
6233	Servicios de enfermería en casa o de reposo	\$563.176	0.2	3
6244	Cuidado de niños, guardería, preescolar	\$11.032.803	22.6	14
	<b>SERVICIOS DE REPARACIÓN</b>	\$9.765.348		
81111	Reparación de automóviles	\$7.450.288	15.2	22
81112	Reparación piezas de automóviles	\$434.282	0.6	1
8112	Reparación de electrónica	\$102.200	0.4	0
8114	Reparación de artículos personales y del hogar	\$1.778.577	5.8	21
	<b>SERVICIOS PERSONALES</b>	\$3.793.011		
81211	Servicios de cuidado personal	\$1.456.050	5.9	49
81221	Crematorios y servicios funerarios	\$379.306	0.5	2
8123	Lavandería y tintorería	\$615.136	0.6	7
81291	Cuidado de mascotas	\$851.195	1.1	1
81292	Servicio de fotografía	\$273.774	No corresponde	0
81293	Estacionamiento de automóviles	\$217.550	No corresponde	0
	<b>ENTRETENIMIENTO/RECREACIÓN</b>	\$2.753.030		
51213	Películas y eventos	\$1.167.447	0.3	0
7112	Eventos deportivos	\$475.898	No corresponde	0
7139	Diversión y recreación	\$1.109.685	0,8	10

Fuente: ADE, Inc.; datos de la ACS, del Censo Económico de EE.UU. y de la base de datos de registros comerciales de la Ciudad de Salinas; modelo de demanda minorista obtenido del Censo Económico de EE.UU., de la Encuesta de Gastos de Consumo de la Oficina de Estadísticas Laborales y de la base de datos PUMs.

*Notas: El potencial de nuevos establecimientos toma como referente las ventas promedio de cada categoría de ventas según los datos del Censo Económico de EE.UU. del condado de Monterey.  
Los datos de los establecimientos ya existentes en el Alisal provienen de los registros de licencia comerciales de la ciudad de Salinas.*