

TALLER SANT VICENT DEL RASPEIG

TALLER:	Subárea Comercial Alicante
LUGAR:	Sant Vicent del Raspeig – Concejalía de Comercio AFIC
FECHA:	26 de septiembre de 2013
HORA:	10:00 H.

ASISTENTES

Personas:		Cargo	Municipio / Entidad:
1	Pilar Santos	Jefe Sección Comercio y Consumo	Servicio Territorial de Comercio y Consumo de Alicante
2	Julia Colomina	Técnico AFIC	Ayuntamiento de Sant Vicent del Raspeig
3	Loli Soler	Técnico AFIC	Ayuntamiento de Ibi
4	Elvira Mahedero	Técnico ADL/AFIC	Ayuntamiento de Sant Joan d'Alacant
5	Lola Giner	Técnico AFIC	Ayuntamiento de El Campello
6	Iñaki Serrano	Jefe de Servicio Fomento Económico	Ayuntamiento de El Campello
7	Luisa Cases	Técnico AEDL	Ayuntamiento de Mutxamel
11	Begoña Marín	Técnico	Oficina Comercio y Territorio PATECO -CCCV
12	Carmen Hernández	Técnico	Oficina Comercio y Territorio PATECO -CCCV

ORDEN DE LA REUNIÓN

- 1- **Presentación del taller.**
- 2- **Presentación del PATSECOVA**
- 3- **Objetivos del PATSECOVA**
- 4- **Exposición de los datos del Area Comercial**
- 5- **Identificación de problemas y potencialidades**
- 6- **Síntesis del diagnóstico**

1. PRESENTACIÓN DEL TALLER.

- Da comienzo al taller Carmen Hernández, de la Oficina Comercio y Territorio – PATECO del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana. Agradece la asistencia de todos y explica el objetivo del taller. Carmen Hernández y Begoña Marín actuarán como moderadoras e indica que cualquier Plan de este tipo incorpora un conjunto de acciones de información, consulta y participación. Mediante las mismas se quiere dar la oportunidad a la sociedad de participar en la elaboración del Plan, especialmente a los principales actores implicados, facilitando su implicación en la resolución de los problemas que les afecten, aportando puntos de vista, inquietudes y soluciones. Indica que el Plan no es el Plan de la Generalitat, sino el Plan de todos y para todos. Explica que se están celebrando talleres técnicos en cada Área Comercial, en la que se ha invitado a técnicos AFICs, AEDLS y otros implicados en el desarrollo y promoción económica del territorio así como los que están previstos hasta finalizar el primer semestre del 2013. En paralelo se han puesto en marcha otros talleres, grupos y paneles con representantes del sector y expertos. Explica que los distintos documentos y herramientas de participación que se vayan generado se podrán consultar a través de la web: www.patsecova.es, que está operativa. Asimismo, explica los contenidos que comprende la página web e invita a todo el mundo a acceder a la misma y a responder los cuestionarios.
- En este sentido algún técnico que ya ha respondido el cuestionario dirigido a los consumidores y menciona que resulta muy interesante y que lo mejor es que se haga extensivo al mayor número posible de personas.
- Respecto a la dinámica del taller, indica que el objetivo es que funcione como una dinámica participativa, en los que todos los participantes aporten su opinión en base a un esquema de contenidos previamente planteado. El objetivo es llegar a perfilar un diagnóstico consensuado sobre la situación del comercio en la comarca, especialmente identificando los problemas de la dinámica territorial-comercial, es decir, aquellos aspectos del territorio que afectan a su dinámica comercial/económica.

2. PRESENTACIÓN Y OBJETIVOS DEL PATSECOVA.

- Carmen Hernández indica que la elaboración del PATSECOVA responde a un mandato establecido en el art.31 de la Ley 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana. El Plan está promovido por la Dirección General de Comercio y Consumo y en su elaboración participan otros departamentos de la Generalitat. A su vez, ha encomendado las labores de asistencia técnica para la elaboración del Plan a la Oficina Pateco del Consejo de Cámaras de Comercio.
- Los objetivos del Plan son:
 - Mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
 - Conseguir una estructura comercial equilibrada y competitiva.
 - Establecer las bases para un modelo de planificación territorial sostenible del comercio.
 - Conseguir un marco de implantaciones comerciales que prime la sostenibilidad territorial.

- Identificar y propiciar la de los mejora ámbitos comerciales de relevancia que sufran procesos de degradación.
- Para la consecución de estos objetivos se establecerán estrategias, que a su vez se desplegarán mediante la ejecución de proyectos concretos, acciones dinamizadoras y un conjunto de normas que los Ayuntamientos deberán incorporar en sus instrumentos urbanísticos.

3. EXPOSICIÓN DE DATOS DEL ÁREA COMERCIAL.

- Carmen Hernández explica que el Plan adapta, en el análisis del territorio, el modelo de *áreas funcionales comerciales* establecida por la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana y que está basado en la optimización de la accesibilidad a las cabeceras proveedoras de bienes y servicios, que mantiene una cierta tradición comarcal-histórica del territorio, se adapta bastante a las ámbitos que se generan por desplazamientos por trabajo y discrimina positivamente a los núcleos del interior con capacidad para articular el territorio. Esta escala territorial intermedia, entre el municipio y los ámbitos provinciales y regionales, tiene una gran utilidad en la planificación y la gobernanza territorial.
- Begoña Marín expone algunos datos sobre la Subárea comercial de Alicante. En este sentido explica que:
 - Siguiendo este modelo, la subárea comercial de Alicante coincide prácticamente con la comarca de L'Alacantí. En total esta área comprende 11 municipios y una población de 483.350 habitantes (2012). Durante la década 2000-2010 experimentó un crecimiento demográfico notable del 26,12% (+99.372 hab.).
 - Todos los municipios tuvieron un crecimiento notable durante esta década. Destacan los crecimientos tanto en términos absolutos como relativos de San Vicent del Raspeig (+42,78% / + 16205), Mutxamel (+ 56,99% / + 8373), El Campello (+46,69% / 8575) y Sant Joan d'Alacant (31,03% / + 5243%). Destacan además los espectaculares incrementos relativos de Aigües (+86,57%) y Busot (89,69%). Por otro lado destaca el escaso crecimiento de Xixona para este mismo periodo: 0,95%.
 - En términos absolutos el mayor incremento corresponde a la cabecera Alicante (+57.532) aunque en términos relativos queda por detrás de los municipios de su entorno más próximo (20,78%).
 - Desde el año 2010 a 2012 esta tendencia se ha frenado y se sitúa en torno al "crecimiento cero": -0,75% (3.600 hab). Y las previsiones para 2012-2016 apuntan un ligero descenso: -0,63% (-3.033 hab.).
 - En relación con el tamaño de los municipios:
 - <1.500 hab: 2 municipios. Aigües y Torremanzanas.
 - 1.500- 10.000 hab: 4 municipios. Agost, Busot, Xixona y Tibi.

- 10.000 - 25.000 hab.: 2 municipios. Mutxamel y Sant Joan d'Alacant
 - 25.000 – 50.000 hab.: 1 municipio. El Campello
 - >50.000 hab: 2 municipios: Alacant y Sant Vicent del Raspeig.
- El Plan establece que la cabecera es Alicante (334678 hab.). Cuenta además con una subcabecera (55.100 hab.), con dos nodos litorales (El Campello, 27709 habitantes y Sant Joan d'Alacant, 22740 habitantes) y con dos nodos rurales (Mutxamel, 23834 habitantes y Xixona, 7423 habitantes).
 - En cuanto a la actividad comercial, la subárea comercial concentra 5.462 comercios minoristas (2012) y 597.203,5 m² de superficie comercial. La evolución del comercio en el periodo 1996-2010 ha sido positiva, con 1529 puntos de venta más (35,56%). En el último periodo 2010-2012 se refleja un freno a este crecimiento (-367 / -6,30%).
 - En términos de dotación comercial, hay un comercio por cada 88 habitantes y el *Índice de dotación comercial* (número de comercios por cada 1.000 habitantes) se sitúa en 11,3, inferior al de la media de la Comunitat Valenciana (12,7). El *Índice de Superficie Comercial* es de 1.235,6 m² frente a 1.328 en la Comunitat).
 - 4 municipios cuentan con una oferta comercial inferior a 20 establecimientos (Busot, Tibi, Aigües y Torremanzanas).
 - La cabecera Alacant (4014/ 426.137 m²) concentra el 73,5% de la oferta comercial y el 71,35% de la superficie de venta.
 - La subcabecera Sant Vicent del Raspeig (618 / 64.824 m²) representa el 11,3% de la oferta comercial y el 10,85% de la sala de ventas de la subárea.
 - La oferta comercial de Sant Joan d'Alacant, Mutxamel y El Campello representa algo aproximadamente el 10% del total de oferta del área y el 15,6% de su superficie comercial.
 - En el área, se localizan 82 supermercados, 42 superservicios, 24 discounts y 9 mercados municipales.
 - Se integran además 7 centros comerciales:
 - CC Carrefour Sant Joan (HI Carrefour): 33.985 m² SBA / 31 locales
 - CC Parque Vistahermosa - Alicante: 24.000 m² SBA / 25 locales.
 - CC Puerta de Alicante (HI Carrefour) - Alicante: 34.500 m² SBA / 72 locales.
 - CC Plaza Mar 2 (HI Alcampo) - Alicante: 43.684 m² SBA / 112 locales.
 - CC Gran Vía (HI Carrefour) - Alicante: 37.228 m² SBA / 81 locales.
 - CC San Vicente Outlet Park – Sant Vicent del Raspeig: 36.500 m² SBA / 61 locales.
 - Área Comercial Isla Corfú – Alicante: 15.000 m² SBA / 10 locales.
 - La oferta se complementa con el desarrollo de aprox. 17 mercados de venta no sedentaria (tanto de titularidad pública como privada).

4. CONCLUSIONES RESPECTO A LA SITUACIÓN DEL ÁREA.

A continuación se inicia el debate entre los miembros del taller y se llegan a las siguientes conclusiones.

Respecto al prediagnóstico.

- Creen que la cabecera del área está muy clara, así como los nodos que apoyan el sistema de ciudades.
- Ibi, que participa, en este taller pese a formar parte del área comercial de Alcoi, tiene mejor conexión con Alicante (aunque se ha mejorado la conexión con Alcoi) y tiende a desplazarse por motivo de compras y ocio a Alicante en mayor medida.
- Se expone que en los municipios de la corona metropolitana de Alicante tienen la visión de que continúan siendo “ciudad dormitorio”. Esta visión es más acusada en el caso de El Campello. Algo menos en Sant Joan d’Alacant. En Sant Vicent creen que esto se ha superado bastante en los últimos años.
- Todos los municipios confirman que existe una fuerte tendencia a la fuga de compra hacia Alicante para bienes ocasionales especialmente. Concretamente destacan 2 zonas principalmente, la zona Maisonnave/El Corte Inglés y el CC Plaza Mar2.
- Creen que para la compra diaria cuentan con una buena oferta de equipamientos de alimentación aunque todos consideran que Carrefour Sant Joan tiene mucha capacidad de atracción para la compra fuerte de alimentación por la facilidad de las comunicaciones y el aparcamiento.
- En los últimos años, y con la implantación en San Vicente del Oulet Park, este municipio ha ganado en centralidad, ya que desde otros municipios se desplazan hasta este equipamiento, sobre todo por cines y restauración.
- Se apunta además que los residentes de San Vicente se queda cada vez más en el municipio por motivos de ocio. Hay bastante oferta de hostelería y ocio. Incluso el cine La Esperanza (cine tradicional de verano) funciona muy bien y ejerce de locomotora atrayendo personas de otros municipios. A nivel comercial sí se detecta más fuga.
- En Sant Joan también se apunta que se ha conseguido fijar algo más el ocio en el municipio. Creen que la hostelería va bien. Aunque tienen un problema de fidelización con la población más joven. Los cines Ana San Juan no funcionan bien y ya no son locomotora para estos jóvenes, que buscan otras opciones.

- El Campello considera que su factor de atracción en el paseo Marítimo y su oferta hostelera.
- Consideran que los mercadillos son uno de los equipamientos comerciales con más tirón. Para muchos municipios de interior representan la oferta comercial que no tiene el municipio.
- Existe una oferta notable de mercadillos tanto de titularidad pública como privados.
- En Mutxamel el mercadillo de los miércoles genera problemas con los vecinos. Hay una propuesta –recogida en el PAC- de cambiarlo de ubicación, pero los comerciantes de la zona no han querido. Además quieren implantar un nuevo mercadillo los domingos. Habrá una parte del mercadillo especializada en km0 (productos agrícolas, artesanos, etc.). La zona donde lo quieren ubicar no tiene demasiada dotación de servicios, hostelería, etc.
- En Sant Joan han vuelto a unir el mercadillo con el Mercado. Durante un tiempo se separaron por motivos de seguridad, pero solo funcionaba la alimentación y no las otras ofertas. Se ha vuelto a unir pero ocupando solo una parte de la calle. Por otra parte, los primeros domingos de cada mes se celebra un mercadillo Agroecológico que funciona bien. Además, se celebran varios mercadillos privados los domingos como el mercado agroecológico los 2º domingos de cada mes.
- En El Campello tienen actualmente muchas peticiones de mercadillos privados y seguramente se concederá la licencia a alguno para que se celebre los sábados. La duda es si ubicarlo en la zona de Muchavista para evitar que la gente de esta zona se desplace hasta Sant Joan o ubicarlo en el centro urbano para atraer a la gente hasta el centro urbano.
- En relación con la oferta comercial se constata que no hay una bajada de precios de los locales, sobre todo en los ejes principales, lo que representa una barrera para la implantación de negocios. En general se detecta que existe mucha rotación de negocios en los ejes más comerciales y que las zonas que no son principales se encuentran en peor situación.
- En Ibi se ha detectado un cambio de tendencia muy recientemente que apunta a que se están abriendo más negocios.
- En San Vicente se apunta un problema de deslocalización en Dr. Fleming, ya que los establecimientos de esa zona se están trasladando al centro.
- En Mutxamel uno de los principales problemas es que no hay demasiados locales comerciales disponibles, ya que por la configuración urbana del municipio hay todavía muchas plantas bajas que rompen el continuo comercial. Haría falta una estrategia para incentivar que los bajos no permanezcan cerrados.

- En general apuntan a una tendencia de que se está perdiendo comercio y abriendo más establecimientos de hostelería y de servicios (peluquerías, estética, centros de enseñanza, etc.).
- En cuanto a las actuaciones en los entornos urbano-comerciales en San Vicente ha habido una apuesta fuerte por renovar el centro urbano, que han conseguido consolidar como una zona comercial cómoda y atractiva. Ahora están actuando en acondicionar los solares privados y está funcionando más o menos bien.
- En Sant Joan se mejoró el acceso al hospital y se han mejorado las barreras de accesibilidad de las aceras. Pero tienen como principal reto pendiente solventar la barrera que ejerce la carretera nacional que limita la entrada de consumidores al centro.
- En Ibi se realizó un plan de actuación en el Centro Histórico que se ha semipeatonalizado. Se ha publicado una ordenanza para la implantación de los locales comerciales.
- En Mutxamel, tras el PAC, se ampliaron aceras, se homogeneizó y mejoró la iluminación, se han hecho proyectos de embellecimiento de las calles. Sobre todo ha tenido impacto en la zona de Miguel Hernández.
- En El Campello la actuación del parking de la calle San Bartolomé no ha funcionado y el parking ha cerrado. El problema principal es que este eje hace de barrera y hay 2 realidades distintas: el pueblo y la playa. Los turistas no cruzan al pueblo.
- En general en todos los municipios consideran que el tema de los aparcamientos no ha funcionado. El problema es que los residentes no están acostumbrados a pagar por aparcar y acaban por no ser rentables porque nadie los utiliza.
- A nivel del tejido asociativo en todos los municipios se apunta a una pérdida significativa de fuerza y a los problemas de financiación y liquidez que nos les permiten ser activos.
- En El Campello la asociación ya no funciona. En San Vicente ha perdido fuerza y ha surgido una nueva asociación de hosteleros. En Mutxamel se ha querido unir a comerciantes y hosteleros pero no han podido.
- Solo en Sant Joan se refleja un cambio positivo, ya que la nueva junta está dando un impulso y se mantienen activos. Además se han unido las asociaciones de comerciantes y del mercado.
- En relación con otros aspectos que no son puramente comerciales pero inciden notablemente en la actividad comercial, todos los asistentes plantean su preocupación por el debate actual sobre la supresión de las líneas de autobús metropolitano. Consideran que estas líneas son fundamentales y que sería desastroso para el área su eliminación.

- El TRAM implica una mejora de las comunicaciones de los municipios con Alicante, pero también una mayor fuga de gasto.
- En Sant Joan está en proyecto la implantación de la UCAM, que consideran positivo.

5. SINTÉISIS DEL DIAGNÓSTICO: DAFO.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Algunos municipios funcionan como ciudad dormitorio. Mucha gente trabaja fuera y no genera vínculos con el municipio. - Existen muchas zonas de urbanización y diseminados que pivotan mucho más en la cabecera que en los municipios. - Configuración urbana que impide la consolidación de un continuo comercial en los principales ejes. - La población estudiante y/o flotante no tiene demasiada incidencia en el comercio. 	<ul style="list-style-type: none"> - La eliminación del transporte público comarcal. - Elevados precios de los locales comerciales que impiden su ocupación. - Falta de financiación/subvención a los comercios. - Desequilibrio sectorial de la oferta por la implantación y expansión de algunos sectores y la carencia de otros como moda, complementos, etc.
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Recursos naturales y clima. - Importantes recursos en algunos municipios como sedes universitarias, Hospital, etc. - Fidelización, cercanía y proximidad del comercio local. 	<ul style="list-style-type: none"> - La generación de “centros comerciales urbanos” mejorando los espacios comerciales. - La implantación de equipamientos comerciales atractivos, tipo centro comercial que frenen la fuga de gasto y/o atraigan a nuevos compradores. - Freno del consumo fuera de los municipios por la crisis, especialmente en ocio local. - Hacer más comarca, plantear más acciones conjuntas. - Importante volumen de estudiantes universitarios con posibilidad de captarles como consumidores.

6. PRIORIDADES Y PROPUESTAS DE ACTUACIÓN.

En base al diagnóstico anterior, los miembros del taller establecieron las siguientes prioridades y propusieron las siguientes actuaciones:

Prioridades y propuestas:

- Creer que es necesario que en los municipios se incorpore el comercio a la planificación urbanística.
- Evitar la supresión del transporte intercomarcal.
- Articular más medidas conjuntas.
- Ofrecer más apoyos y subvenciones a emprendedores.
- Convertir el cauce del río en El Campello en un espacio para el ocio y el deporte.

