

Evaluación de los Planes de Acción Comercial (PAC) en Alicante y Elche

**Ana Espinosa Seguí
Departamento de Geografía Humana
Universidad de Alicante**

Objetivos de este estudio

- Analizar el impacto de las actuaciones propuestas en los Planes de Acción Comercial de Alicante y Elche
- Valorar la percepción que tiene la administración pública y los agentes económicos locales de dichas actuaciones
- Analizar la idoneidad de las actuaciones realizadas en ambas ciudades con motivo de los Planes de Acción Comercial

Introducción y estado de la cuestión

“Los Planes de Acción Comercial son instrumentos que afectan al ámbito local o territorial y que tienen por objetivo definir un programa de actuaciones que permita dinamizar la actividad comercial y de servicios del ámbito territorial donde se desarrollan. El contenido de los planes se adecua a las características de cada municipio y señala las oportunidades, diagnostica los problemas, formula objetivos prioritarios y define actuaciones concretas para mejorar la actividad comercial y el espacio urbano donde se desarrolla”.

(www.pateco.org)

Planes de Acción Comercial 1998-2012:

- 71 Planes de acción comercial realizados
- que han afectado a 271 ciudades, donde residen 3,6 millones de habitantes y se localizan 53.200 comercios
- para los que se han realizado 32.347 encuestas a residentes
- 12.734 encuestas a visitantes y turistas
- 8.025 encuestas a comerciantes
- 250 reuniones de grupo con empresarios
- 2.809 encuestas en grandes equipamientos comerciales
- 1.280 espacios urbanos comerciales analizados
- 950 planos de análisis y propuestas urbanísticas
- 50 dinámicas con consumidores

- Los PAC están realizados por la Oficina PATECO del Consejo de Cámaras Oficiales de la Comunidad Valenciana desde 1997, año del primer PAC (PAC Lucentum de Alicante)

LEY 3/2011, de 23 de marzo, de la Generalitat, de Comercio de la Comunitat Valenciana (Vigente hasta el 30 de Octubre de 2012)

Artículo 39 Planes de acción comercial y planes directores de comercio

1. La Generalitat impulsará y apoyará la realización de planes de acción comercial de carácter municipal y planes directores de comercio de carácter supramunicipal, promovidos por los ayuntamientos y entes territoriales, donde, en el marco de las determinaciones del Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunitat Valenciana, **se formulen objetivos y propuestas tendentes a la mejora del comercio minorista.**

2. El contenido de los planes se adecuará a las características de los municipios y de los ámbitos analizados y deberá **señalar las oportunidades, diagnosticar los problemas, formular objetivos prioritarios y definir actuaciones concretas para mejorar la actividad comercial y el espacio urbano donde se desarrolla.**

3. Para su elaboración se articularán mecanismos que posibiliten la participación de las asociaciones empresariales del comercio, las cámaras oficiales de comercio, industria y navegación y los agentes sociales y económicos con más representación en el ámbito de actuación comercial.

4. **La conselleria competente en materia de comercio establecerá el contenido mínimo de dichos planes y definirá líneas de ayuda y cofinanciación para apoyar su realización y ejecución posterior.**

Los PAC están realizados por la Oficina PATECO del Consejo de Cámaras Oficiales de la Comunidad Valenciana desde 1997, año del primer PAC (PAC Lucentum)

Son propositivos, no vinculantes y no priorizan propuestas

- Los PAC han tenido tres funciones básicas para la administración local:

a) Presentar una **hoja de ruta básica sobre el comercio urbano a todos los municipios que tuvieran un PAC**

b) Dotar a los ayuntamientos, asociaciones de comerciantes y otros agentes urbanos de **estudios estratégicos que por sí mismos no podrían realizar/asumir**

c) Concederles a los ayuntamientos una posición privilegiada para **conseguir financiación y subvenciones**

Financiación



DEL PROPIO ESTUDIO PAC

“Si la Generalitat aprueba su realización, el presupuesto de elaboración del Plan contará con la cofinanciación autonómica, que puede suponer entre el 50% y 70% del coste total o incluso superior. El resto deberá ser financiado por la entidad promotora. Las condiciones y límites de cofinanciación se fijan en la orden anual de la Dirección General de Comercio y Consumo” (www.pateco.org)

DE LAS PROPUESTAS

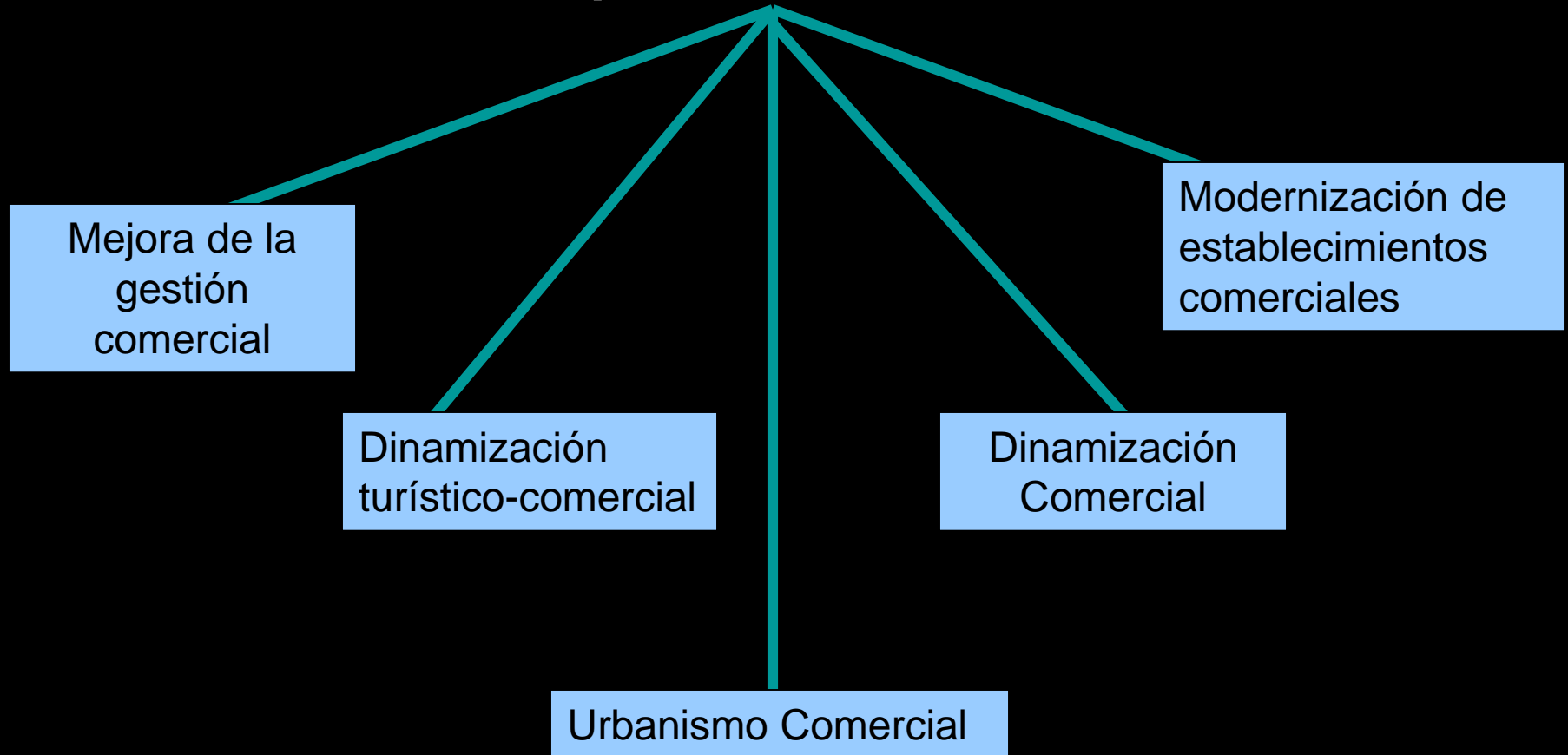
La Generalitat Valenciana puede llegar a financiar hasta el 60% del presupuesto de las propuestas que presenten los ayuntamientos, con un máximo de 200.000 €/año/municipio, siempre y cuando estén propuestas y recogidas en los PAC municipales

Metodología

- Análisis pormenorizado del PAC Lucentum del año 1997 y de su actualización en el año y del PAC Elche del año 2001.
- Análisis de los PAC desarrollados dentro del Plan Estratégico de Elche Futurelx de los años 2001 y 2009, complementarios al PAC de la Oficina PATECO.
- Análisis de noticias de prensa sobre los PAC en ambas ciudades.
- Realización de entrevistas en profundidad con los principales agentes involucrados:
 - a) De la administración pública:** técnicos de comercio de los Ayuntamientos de Elche y Alicante, ex-AFIC de Elche y directora territorial de Comercio y Consumo de la Generalitat Valenciana en la provincia de Alicante (4 entrevistas)
 - b) Del sector asociativo:** Asociación de Comerciantes de Elche y Asociación de Comerciantes Corazón de Alicante (2 entrevistas)
 - c) Del sector económico:** ex-gerente del Centro Comercial Abierto de Elche y director técnico, el coordinador y dos técnicos de la Oficina PATECO (5 entrevistas)

Estudio empírico del tema

Propuestas de los PAC



PROPUESTAS DE URBANISMO COMERCIAL

- Conversiones de calles con mucho tráfico en calles de coexistencia (ampliación de aceras y reducción de carriles de tráfico rodado)
- Colocación de bolardos o pilonas para evitar aparcamientos indebidos y para proteger a los peatones
- Dotación de mobiliario urbano para la decoración y la señalización de edificios y zonas peatonales
- Dotación de mobiliario urbano para la iluminación
- Optimización de la ocupación de espacio público por terrazas de restaurantes
- Implantación del sistema ORA de aparcamiento en nuevas calles comerciales
- Peatonalización de calles comerciales
- Apertura de nuevos aparcamientos públicos

PROPUESTAS DE MEJORA DE LA GESTIÓN COMERCIAL

- Cursos de formación comercial sugeridos por el PAC y financiados (total o parcialmente) por la Generalitat Valenciana
- Fomento del asociacionismo comercial a escala local

PROPUESTAS DE DINAMIZACIÓN COMERCIAL

- Creación de rutas comerciales peatonales
- Creación de guías comerciales (en la página web local o en folletos)
- Realización de eventos de venta en la calle como ferias, ferias outlet...
- Creación de una imagen de marca comercial local
- Campañas de promoción comercial puntuales (día de la madre, del padre, rebajas, etc.)

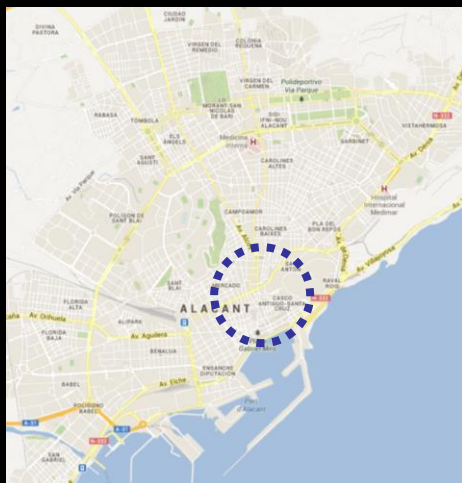
PROPUESTAS DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICO-COMERCIAL

- Creación de rutas turístico-comerciales
- Animación y promoción turístico-comercial conjunta con hoteles y restaurantes

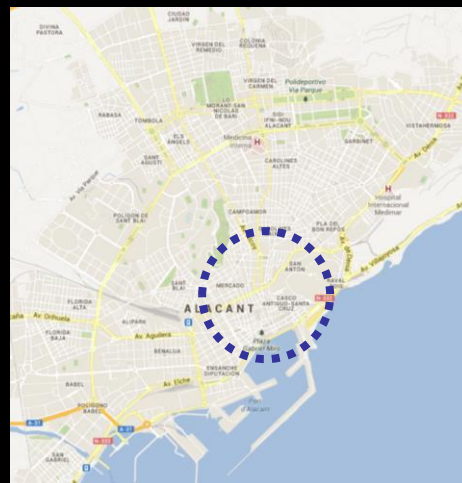
PROPUESTAS DE MODERNIZACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

- Sugerencias para modernizar el equipo informático de los comercios
(con y sin subvención del gobierno regional)
- Propuestas para reformas de locales comerciales (con subvención del gobierno regional)
- Propuestas de diagnóstico de punto de venta (con y sin subvención del gobierno regional)

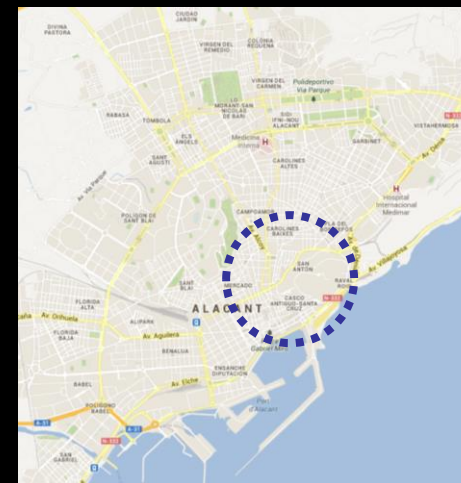
1998
(iluminación y
mobiliario urbano)



1999
(acciones de
urbanismo comercial)

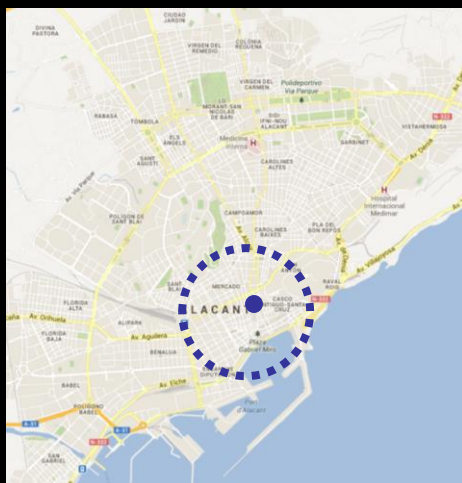


2000
(acciones de
urbanismo comercial)

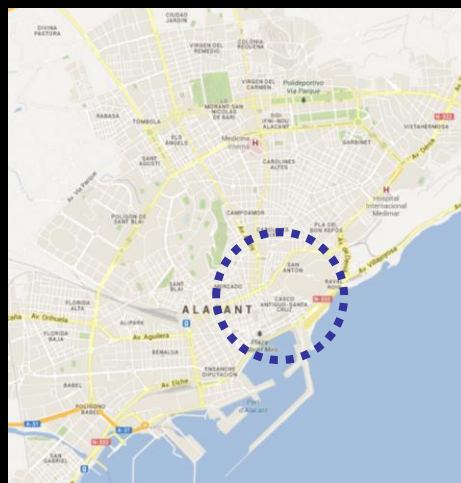


Alicante

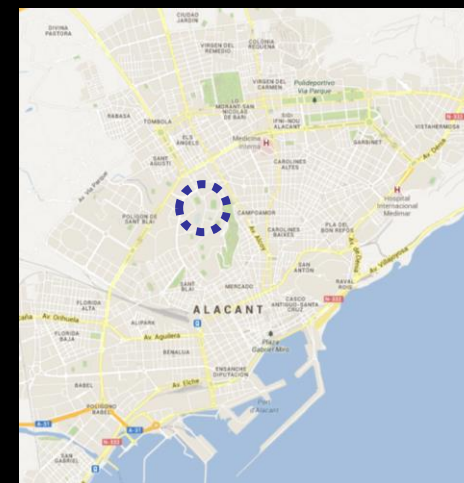
2001
(Reforma del Mercado Central
y urbanismo comercial)



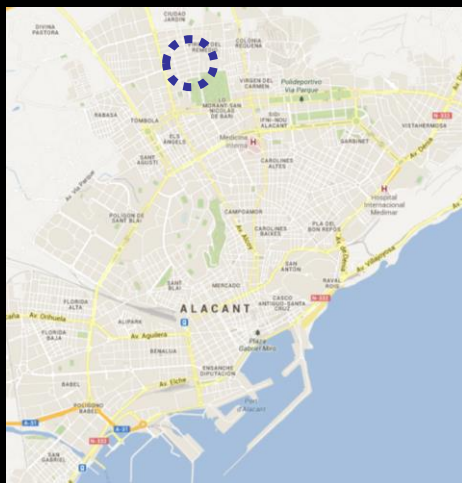
2002
(urbanismo comercial)



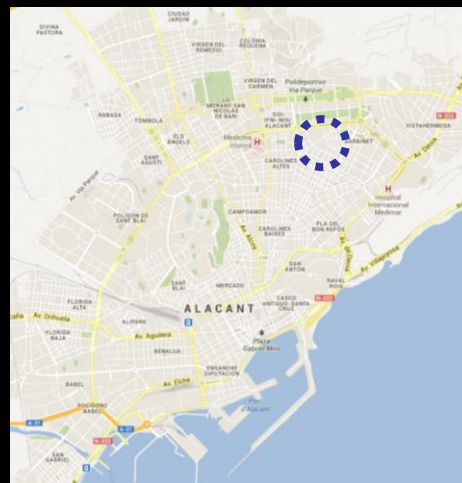
2003
(traslado mercadillo
Campoamor)



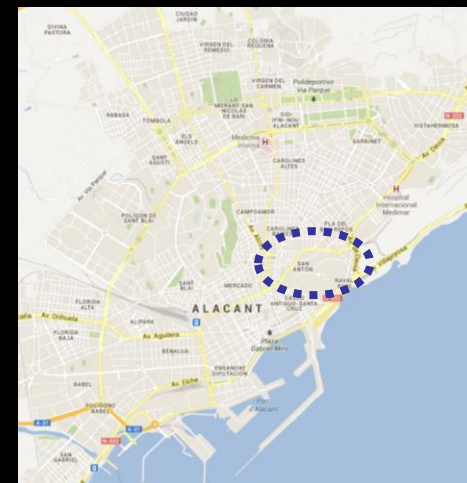
2004
(urbanización de la Plaza Joaquín María López)



2005
(urbanización de la Plaza Manila)

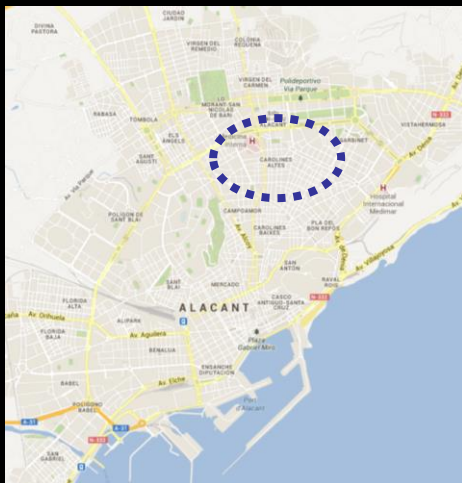


2006
(acciones de urbanismo comercial en 3 calles del centro urbano)

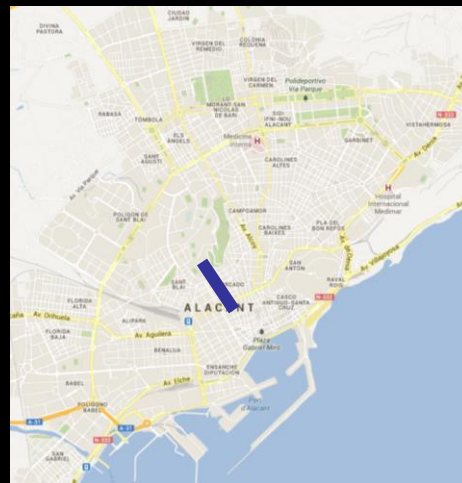


Alicante

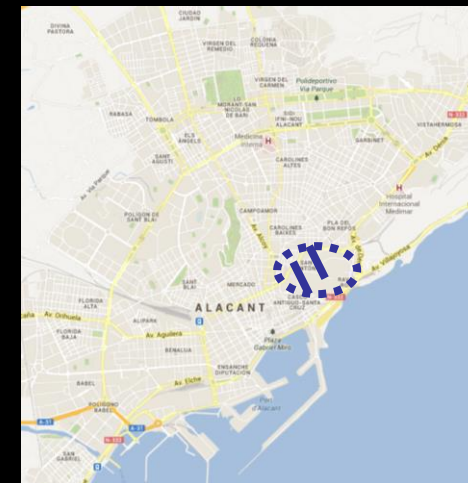
2007
(Urbanización de varias calles en Pla Carolinas)



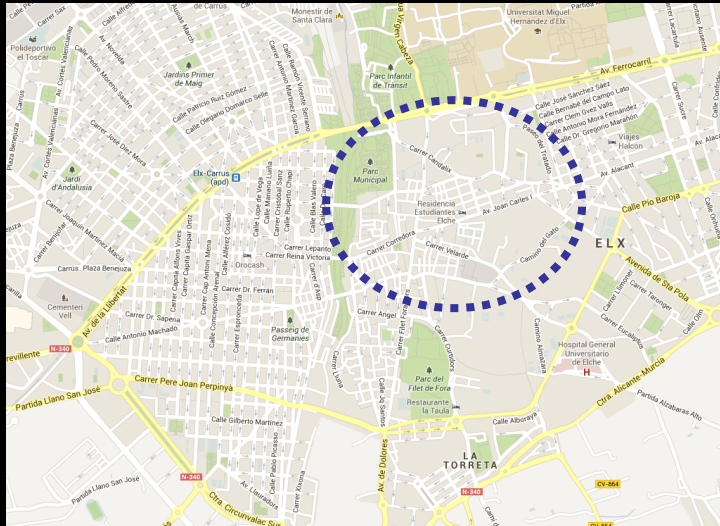
2009
(soterramiento de contenedores)



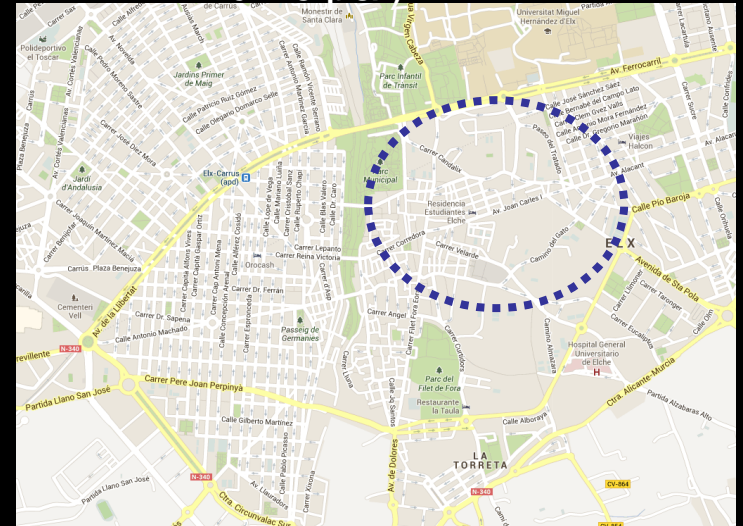
2010
(Reurbanización calles Colón y Navas)



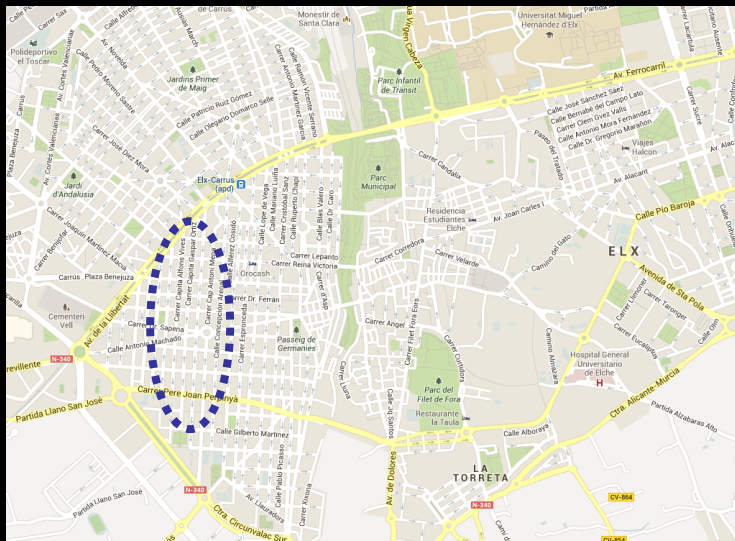
2001
(urbanismo comercial)



2002
(urbanismo comercial y aparcamiento municipal)

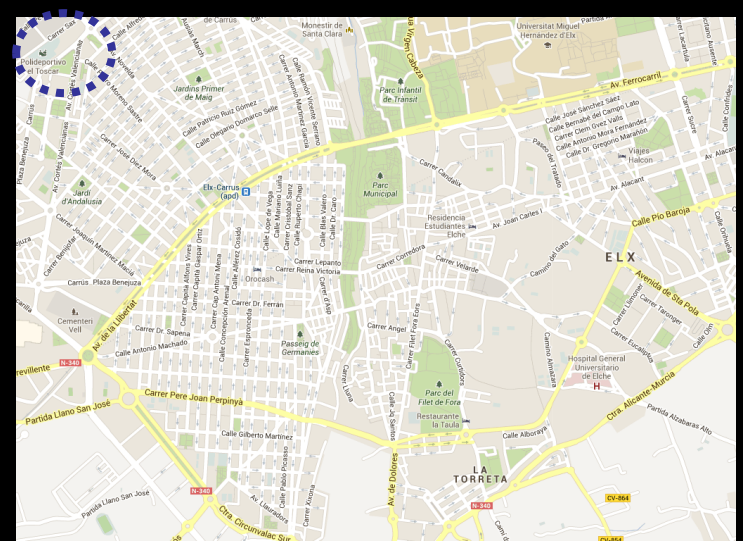


2005
(adecuación peatonal de una calle)



Elche

2010 (adecuación de la Avenida de Novelda)



Conclusiones

1. Las propuestas de los PAC que implicaban colaboración con la administración pública local han gozado de mucho más éxito que las propuestas con asociaciones de comerciantes u otras organizaciones locales
2. Los ayuntamientos han utilizado los PAC para poder acometer obras de gran envergadura con un coste muy reducido, por estar subvencionadas por la Generalitat Valenciana, pero han tenido que ceñirse a las propuestas que hacían estos documentos
3. Se permite al equipo de gobierno local priorizar las acciones que quiere desarrollar el ayuntamiento, teniendo en cuenta su agenda
4. Los PAC han apostado por proyectos de reforma del centro urbano, pero los ayuntamientos deciden si prefieren condensar las acciones en un área urbana o atomizar las acciones por toda la ciudad

Referencias bibliográficas

- ESTEVAN, F.; FORÉS, D. y HERNÁNDEZ, C. (2007): *GCU: Gestión de centros urbanos*, Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana, 143.
- ROVIRA, A.; FORÉS, D. y HERNÁNDEZ, C. (2012): *Gestión innovadora de centros comerciales urbanos. Modelos y experiencias*, ediciones Trea, Gijón, pp 284.

Enlaces

<http://www.detiendasporalicante.com/asociaciones/>

www.pateco.org

www.portaldelcomerciante.com