
La recuperación urbana y comercial de las ciudades alicantinas

Aportación a las III jornadas del proyecto UrbSpain

***Las ciudades españolas entre el boom y la
crisis***

**Gabino Ponce Herrero
Ana Espinosa Seguí**

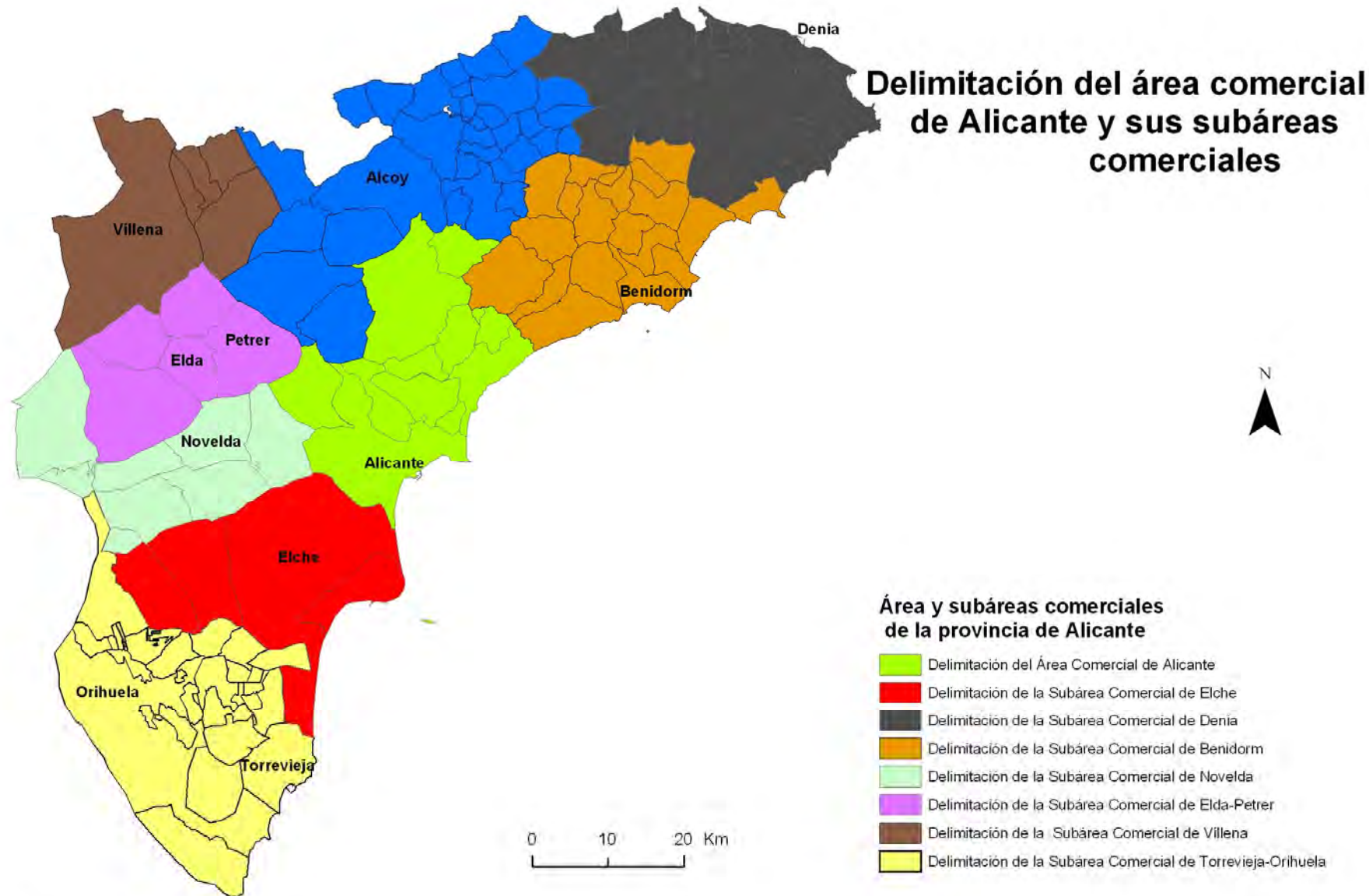
Departamento de Geografía Humana

Esquema de contenidos

1. Evolución comercial en las ciudades alicantinas

2. Situación actual: los partenariados público-privados frente a la transposición de la Directiva de Servicios 2006/123/CE

3. Conclusiones



Fuente: PATECO. Elaboración propia.

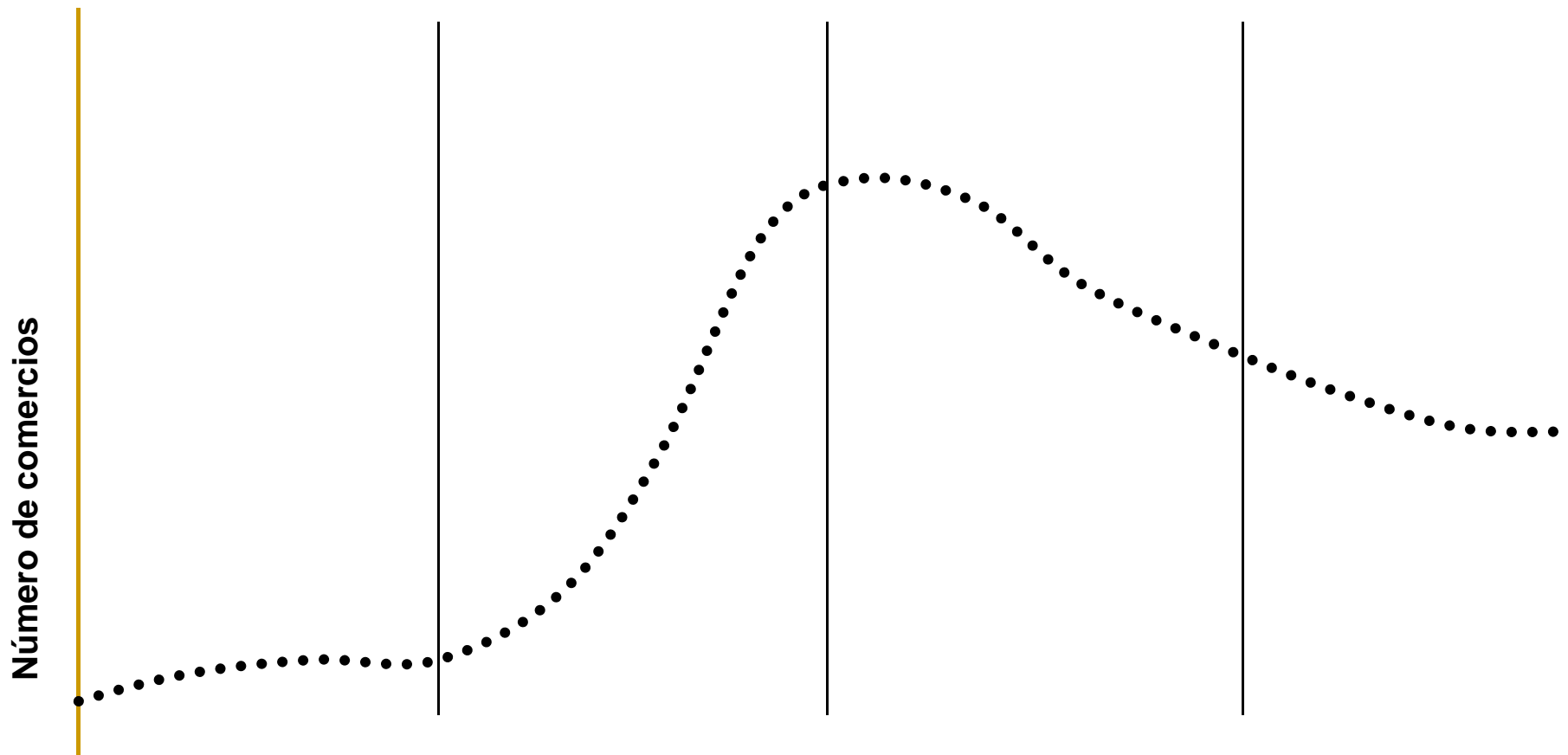
1. Evolución comercial en las ciudades alicantinas

1º fase: modelo comercial basado en la dependencia centro-periferia

2º fase: Irrupción de nuevos formatos comerciales

3º fase: Crisis comercial en el centro urbano

4º fase: Recuperación urbana



2. Situación actual: los partenariados público-privados frente a la transposición de la Directiva de Servicios 2006/123/CE

- A) Estancamiento en el crecimiento de número de centros comerciales planificados motivado por la saturación existente y por la crisis actual
 - B) Especialización comercial en el centro urbano, en polígonos industriales, en cintas comerciales del litoral turístico y en barrios consolidados
 - C) Mortalidad muy alta de los comercios independientes
 - D) Recuperación urbano-comercial de un número significativo de centros urbanos a través de programas de partenariado públicos y privados
 - E) Transposición de la Directiva 2006/123/CE a las ley sectorial del comercio de la Comunidad Valenciana
-

A) Estancamiento en el crecimiento de número de centros comerciales planificados motivado por la saturación existente y por la crisis actual

DISTRIBUCIÓN DE CENTROS COMERCIALES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (A 31-12-08)					
Comunidad autónoma	Número de centros	Porcentaje del total	SBA (m ²)	Porcentaje total SBA	Densidad comercial (m ² SBA/1000 hab.)
Andalucía	99	19,3	2.222.598	16,8	271
Aragón.....	14	2,7	482.425	3,6	364
Asturias	14	2,7	465.606	3,5	431
Baleares	8	1,6	174.413	1,3	163
Canarias.....	30	5,8	745.908	5,6	359
Cantabria.....	5	1,0	124.612	0,9	214
Castilla-La Mancha	20	3,9	435.116	3,3	213
Castilla y León.....	26	5,1	527.289	4,0	206
Cataluña.....	44	8,6	1.194.701	9,0	162
Comunidad Valenciana	57	11,1	1.607.702	12,1	320
Extremadura.....	12	2,3	122.584	0,9	112
Galicia	33	6,4	583.379	4,4	210
Madrid	92	17,9	2.910.055	22,0	464
Murcia.....	19	3,7	562.703	4,3	395
Navarra	8	1,6	188.669	1,4	304
País Vasco	28	5,4	777.509	5,9	360
Rioja	4	0,8	98.311	0,7	310
Ceuta.....	1	0,2	13.315	0,1	172
TOTAL.....	514	100,0	13.236.895	100,0	287

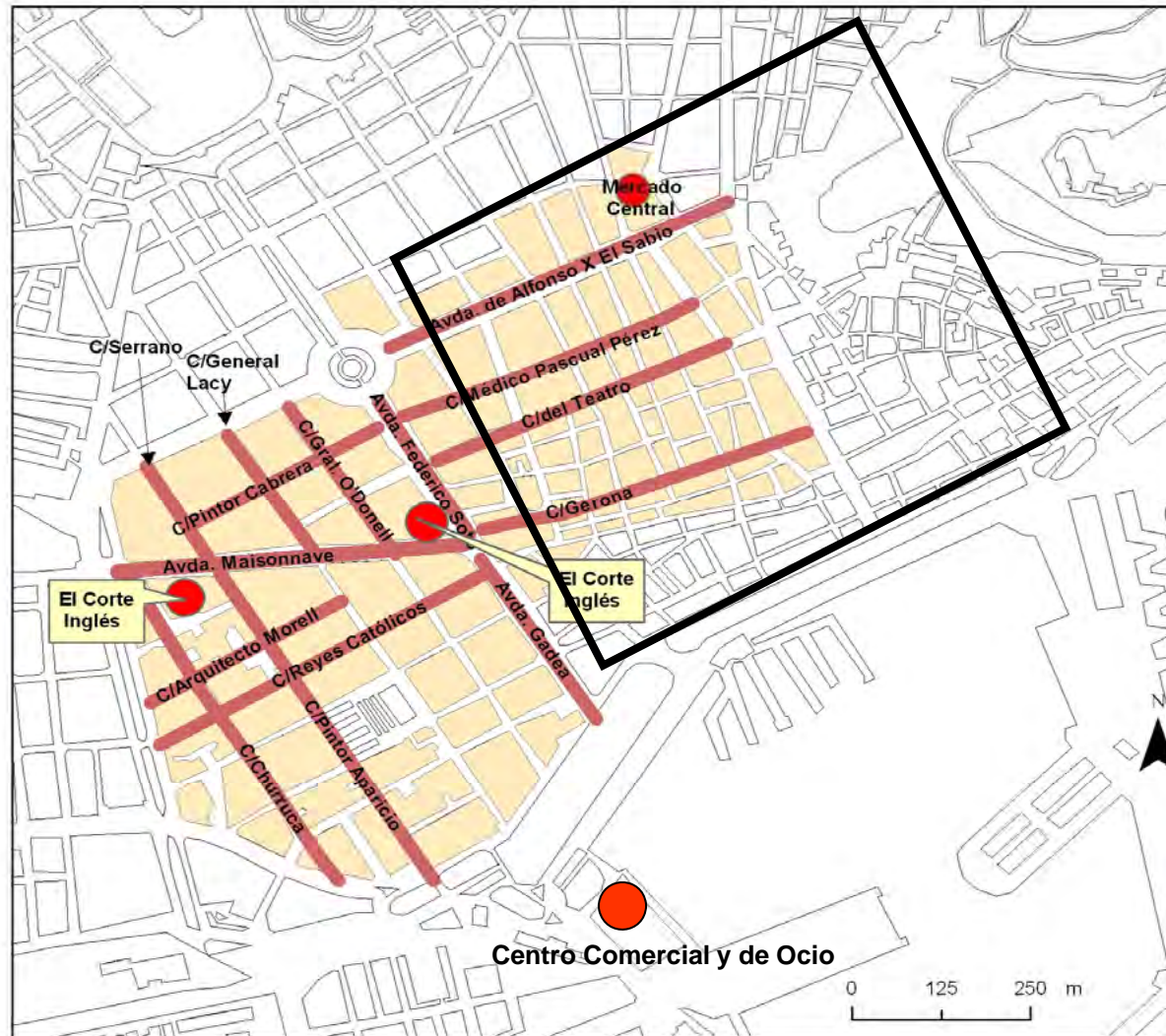
Fuente: La distribución comercial en España en 2008, Revistas ICE.

A) Estancamiento en el crecimiento de número de centros comerciales planificados motivado por la saturación existente y por la crisis actual

Superficie Bruta Alquilable (S.B.A.) en m² en centros comerciales planificados en la provincia de Alicante

	SBA 2010	SBA 2009	SBA 2005	SBA 2000	SBA 1996
Alcoy	27.611	27.611	24.393	8.000	11.495
Alicante	171.856	171.856	168.172	56.650	6.300
Benidorm	47.148	47.148	47.737	12.630	12.630
Calpe	8.000	8.000	8.000	8.000	0
Cocentaina	16.182	16.182	0	0	0
Elche	59.600	59.600	52.394	9.794	9.794
Novelda	13.500	13.500	0	0	0
Ondara	40.613	40.613	0	0	0
Orihuela	40.800	40.800	10.800	10.800	14.254
Petrer	38.670	38.670	38.670	10.052	10.052
San Vicente del Raspeig	36.300	36.300	36.300	13.289	13.289
Sant Joan d'Alacant	17.806	17.806	17.806	17.806	17.806
Torre Vieja	32.704	32.704	32.704	8.704	8.290
Total	550.790	550.790	436.976	155.725	103.910

B) Especialización comercial en el centro urbano, en polígonos industriales, en cintas comerciales del litoral turístico y en barrios consolidados



Delimitación del área comercial urbana en 2011

ALICANTE

- Principales ejes comerciales
- Área perteneciente al Área Comercial Urbana

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo.

Especialización comercial en el centro urbano, en polígonos industriales, en cintas comerciales del litoral turístico y en barrios consolidados



(ciudad de Alicante)

B) Especialización comercial en el centro urbano, en polígonos industriales, en cintas comerciales del litoral turístico y en barrios consolidados



ELDA
(Centro urbano)

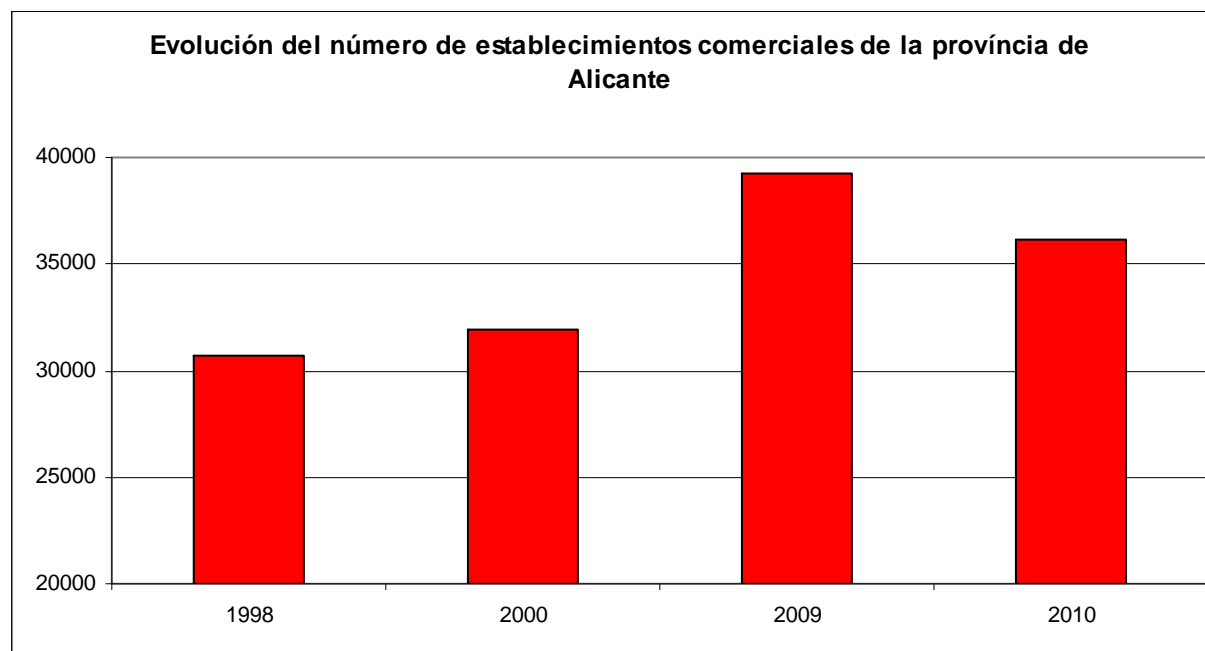
- tiendas
- punto de información
- bares y restaurantes
- farmacia



ELCHE
(Parque industrial)

C) Mortalidad muy alta de los comercios independientes

2010	Actividades comerciales alimentación				Actividades comerciales no alimentación					
COMUNIDAD VALENCIANA	Comercio tradicional		Supermercados		Vestido y calzado		Hogar		Resto	
Provincia	Núm.	m2	Núm.	m2	Núm.	m2	Núm.	m2	Núm.	m2
Alicante	10.899	293.224	1.455	768.410	5.539	449.112	6.223	1.219.225	11.989	1.478.440



Fuente: Anuario Estadístico de La Caixa

D) Recuperación urbano-comercial de un número significativo de centros urbanos a través de programas de partenariado públicos y privados

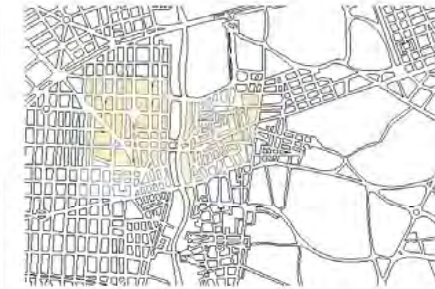


Centro Comercial Abierto Xàbia Històrica

Este es el techo
del nuevo
Centro Comercial



Ajuntament d'ELIX CONSELL REGIDORS



**Delimitación del área
comercial urbana
en el año 2011**

- Principales ejes comerciales
- Área perteneciente al Área Comercial Urbana

Fuente: Elaboración propia a partir de trabajo de campo.

Centre Obert d'Elx

E) Transposición de la Directiva 2006/123/CE a la Ley 3/2011, de 23 de marzo de Comercio de la Comunidad Valenciana

- Se eliminan los requisitos que delegaban la concesión de una licencia comercial a la valoración del impacto de los nuevos establecimientos comerciales, sobre la oferta ya existente
- La segunda licencia comercial se elimina pero se substituye por una autorización con carácter extraordinario, cuando el establecimiento genere un impacto supramunicipal que repercuta negativamente más allá de los límites del municipio elegido
- Los instrumentos de planeamiento urbanístico deberán considerar de forma diferenciada al uso comercial dentro de la calificación global de suelo terciario

E) Transposición de la Directiva 2006/123/CE a la Ley 3/2011, de 23 de marzo de Comercio de la Comunidad Valenciana

- Se reconoce la figura de los centros comerciales urbanos, como *“aquellos ámbitos urbanos donde existe una agrupación representativa de empresas comerciales que, en un área urbana delimitada y vinculados a través de una entidad con personalidad jurídica, desarrollan profesionalmente una estrategia conjunta de mejora socioeconómica de su entorno, especialmente a través de acciones de promoción, gestión de servicios y dinamización económica”* (Artículo 41 de la Ley 3/2001 de la Generalitat Valenciana)
 - Capítulo I del Título III (Comercio y Territorio): *“fortalecer el tejido comercial de las ciudades dada su importancia para la mejora de los entornos urbanos”*
-

3. Conclusiones

- Las ciudades alicantinas han experimentado los procesos de modernización comercial de forma tardía.
- En la actualidad, las ciudades de mayores dimensiones se encuentran inmersas en la fase cuarta, que contempla la revitalización comercial como parte de un proyecto mayor de recuperación cultural, funcional y económica del centro urbano
- La crisis económica y la saturación comercial actual han frenado el crecimiento de grandes superficies comerciales, aunque ha mermado el tejido comercial de centro urbano, indispensable para mejorar la situación urbano comercial de los mismos

3. Conclusiones

- El reconocimiento en la nueva ley comercial valenciana de los centros comerciales urbanos es un firme paso hacia delante para formalizar asociaciones de comerciantes muy activas como partenariados junto con el sector público
 - Sin embargo, la transposición de la Directiva 2006/123/CE a la ley regional valenciana del comercio puede suponer una limitación muy fuerte a la apuesta por los espacios comerciales de la ciudad consolidada
 - ¿es posible mantener dos tendencias comerciales opuestas: apostar por el comercio de centro urbano pero dejar la puerta abierta al crecimiento comercial periférico?
-