



Principales conclusiones de la Revisión del Plan de Acción Comercial de San Vicente del Raspeig

**REVISIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL DE SAN  
VICENTE DEL RASPEIG.**

***Principales resultados y propuestas de actuación.***

---

***Enero 2.005***

Consejo de  
**Cámaras**  
de la Comunidad Valenciana

 **GENERALITAT VALENCIANA**  
CONSELLERIA D'EMPRESA, UNIVERSITAT I CIÈNCIA

Los datos del presente estudio, corresponden a la revisión del Plan de Acción Comercial de San Vicente del Raspeig, elaborado por la Oficina Pateco del Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de la Comunidad Valenciana dentro del conjunto de Planes de Acción Comercial que desarrolla la Dirección General de Industria y Comercio de la Conselleria de Empresa, Universidad y Ciencia de la Comunidad Valenciana.

En el Plan de Acción Comercial de San Vicente del Raspeig, presentado en el año 1.999, se extraían las siguientes propuestas:

- Consolidación de la oferta comercial.
- Propuestas de urbanismo comercial, estructuradas en:
  - Mejora del alumbrado público.
  - Actuaciones en entornos significativos del centro y Plaza de España.
  - Actuaciones en el Mercado Municipal de Abastos.
  - Actuaciones de dotación y actualización del mobiliario urbano.

El **nivel de ejecución del PAC-San Vicente** se concreta en las siguientes actuaciones realizadas **durante los últimos cinco años**:

- **Actuaciones de promoción comercial.** Bajo la imagen de marca: “Comercio local de San Vicente. De tú a tú”
- **Actuaciones urbanísticas en entornos significativos del Centro Histórico** de San Vicente del Raspeig:
  - Plaza del entorno de la Iglesia San Vicente Ferrer.
  - Calle Pintor Picasso.
  - Plaza de Lillo Canovas.
  - Calle Mayor
  - Calle Lillo Juan
  - Plaza de España.
- **Recualificación de espacios destinados a actividades comerciales y terciarias.**

- **Reurbanización de:** Maestro Chapí, Doctor Trueta, Pintor Sorolla-Ctra.Agost, Doctor Fleming, Plaza Santa Faz y calle San Isidro.
- **Renovación del alumbrado:** Avenida de la Libertad, Doctor Fleming, Plaza del Pilar.
- **Actuaciones en el entorno del Mercado Municipal de Abastos.**
  - **Reconstrucción Mercado Municipal.**
  - **Reurbanización** Avenida Libertad. Aprobado proyecto.
  - **Reurbanización** calles San José, Juan Ramón Jiménez y Domínguez Margarit. Aprobado proyecto.
- **Conexión del Centro Histórico con la Universidad.**
  - **Prolongación calle Vicente Savall.**
  - **Renovación calle Mayor.** Ejecutado un tramo.
- **Actuaciones complementarias:**
  - **Solución a los problemas de estacionamiento en el centro:** Aparcamiento en Avenida de la Libertad, en el emplazamiento del Mercado Municipal con disponibilidad de 306 plazas –98 de rotación-.
  - **Construcción corredor bici desde San Vicente del Raspeig hasta la Universidad y Alicante.** Parcialmente desarrollado.

Además de un notable nivel de ejecución de las propuestas recogidas en el Plan de Acción Comercial de San Vicente del Raspeig, se observa que se han producido importantes cambios en el municipio.

**La población de San Vicente del Raspeig ha crecido un 20,9%** en el período 1.998-2.003 -7.674 habitantes más **en 5 años-**, mostrando un ritmo de crecimiento poblacional más acelerado que el del Area Comercial de Alicante (13,5%) o el de la Comunidad Valenciana (11%).

**A la anterior cifra de residentes, se suma el volumen de población** que permanece **vinculada** al municipio por diferentes motivos: estudios, trabajo, posee segunda residencia, etc; **sobrepasando la cifra de 64.000 personas** de población real.

**La oferta comercial integra 100 comercios más que en 1.998**, lo que representa un aumento del 21,4%. Este crecimiento es muy superior al que se ha producido en Alicante (13%) o en la Comunidad Valenciana (38%).

**La superficie comercial se ha duplicado** durante el período analizado, pasando de 28.506 m<sup>2</sup> a 58.408 m<sup>2</sup>.

Todo lo anterior, planteó la conveniencia de volver a realizar un diagnóstico sobre la actividad comercial de San Vicente del Raspeig, así como de establecer nuevos objetivos y propuestas de actuación que, en la línea de las que se plantearon en su día, contribuyeran al desarrollo equilibrado del municipio y de su comercio.

Partiendo de la misma metodología empleada en el estudio anterior, la revisión del Plan de Acción Comercial de San Vicente del Raspeig ha permitido obtener las siguientes **conclusiones**:

San Vicente del Raspeig tiene una población de **44.290 habitantes**<sup>1</sup> que lo sitúa en la **7ª posición en la provincia de Alicante** –detrás de Alicante, Elche, Torrevieja, Benidorm, Alcoy y Elda-, y la **13ª** en el contexto de la **Comunidad Valenciana** en el ranking de los municipios con mayor población.

**Se posiciona como el segundo municipio del Area Comercial de Alicante** –14 municipios, 459.941 habitantes-, en la que se han censado 54.573 residentes más que en 1.998, es decir, su población ha crecido un 13,5%. San Vicente del Raspeig concentra el 9,2% de esta población.

**Además, San Vicente del Raspeig se ha consolidado como ciudad universitaria** –es la **4ª ciudad española** con mayor número de población vinculada por motivo de estudios (11.138 personas)-, por detrás de Vizcaya, Madrid y A Coruña.

---

<sup>1</sup> INE. Diciembre 2.003

Esta población vinculada, junto a la que se computa por motivos laborales y de tenencia de segunda residencia, hacen que la población “real” supere los 64.000 habitantes.

**Además, es un municipio muy bien comunicado.** Prueba de ello es que, en un tiempo máximo de desplazamiento de 20 minutos, comprende un área de influencia teórica de más de 600.000 personas.

**Los municipios que ejercen mayor influencia comercial sobre San Vicente del Raspeig son Alicante, Sant Joan, El Campello y Mutxamel.**

**San Vicente del Raspeig ha experimentado un notable incremento de sus actividades económicas (19%) desde 1.998**, gracias al crecimiento de la actividad de servicios (24,4%) y de la construcción (22%), que han conseguido compensar la caída de la industria (-8,8%) y de la ganadería (-14%).

Asimismo, **la oferta comercial de San Vicente del Raspeig, que alcanza 567 establecimientos comerciales minoristas**, ha aumentado notablemente (100 establecimientos) con respecto al censo de 1.998, **especialmente en las tipologías de comercios de equipamiento personal**, que han crecido un 80% **y de libre servicio como los supermercados**, que se han triplicado.

Pese al aumento del número de comercios, **la dotación comercial, igual a 12 establecimientos por cada 1.000 habitantes, no ha variado desde 1.998**, confirmando que el incremento de la oferta comercial se ha producido de acuerdo con el crecimiento poblacional del municipio. El nivel de dotación sigue siendo inferior al que existe en la Comunidad Valenciana (16 establecimientos por cada 1.000 habitantes).

En cambio, **la superficie de ventas se ha duplicado**, gracias al incremento de la superficie de ventas de establecimientos de libre servicio (141%) y de equipamiento personal (389%). Este incremento supone que el índice de superficie comercial, de 1.318 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes, haya aumentado

en 539 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes en cinco años, aproximándose al que se obtiene en la Comunidad Valenciana (1.377 m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes).

**Ocho ejes comerciales en el centro del municipio concentran el 40% del total de comercio censado en San Vicente del Raspeig**, confirmándose además que el 85% del equipamiento comercial está ubicado en el núcleo urbano. Esta concentración favorece las posibilidades de creación de un comercio especializado y atractivo, pero, por otra parte, muestra el desabastecimiento de un parte importante de la población –el 39% de la población reside en el distrito correspondiente a las urbanizaciones y partidas rurales del municipio-. Cabe destacar un elevado grado de concentración de la oferta comercial de alimentación en la Ctra. Alicante y Ancha de Castelar.

**La oferta comercial del municipio se destina, en primer lugar, a los residentes de San Vicente del Raspeig, cuyo gasto en comercio asciende a 106,87 millones de euros (2003).** Por grupos de actividad el grupo de bienes diarios absorbe el 59,3% del gasto, seguido de equipamiento personal (23,53%), equipamiento del hogar (10,3%) y otros productos (8,4%).

Destaca que **prácticamente el 40% del gasto realizado por los residentes, se destina a equipamientos comerciales de Alicante** –prácticamente absorbe todo el gasto evadido de San Vicente del Raspeig- y un pequeño porcentaje a **Sant Joan d’Alacant**.

**Para la compra de bienes diarios, los residentes frecuentan Mercadona (70%)** –este supermercado absorbe el 37,6% del gasto efectuado por los residentes en bienes diarios-, **Carrefour Gran Vía (14%) y Consum (13%)**.

Para la adquisición de bienes ocasionales, los residentes acuden, en primer lugar a pequeñas tiendas (37%), seguido del mercadillo de San Vicente del Raspeig (14%) y del Centro Comercial Gran vía (13%).

Para la compra de muebles eligen las tiendas en fábricas (36%), tiendas especializadas (33,5%) y medianas y grandes superficies (24%).

El 75% de los consumidores del municipio considera que el comercio de San Vicente es moderno y el 90% está satisfecho con la calidad de los productos del comercio local. Sin embargo, un 26% cree que no ofrece suficiente variedad y un 47% considera que el comercio de San Vicente es más caro.

**La oferta comercial satisface las necesidades de un grupo también muy importante, la población vinculada (19.742 personas), que gasta 22,3 millones de euros en el comercio local.** El gasto se realiza, sobre todo, en alimentación (77%), pero también en equipamiento personal (13%), en otros productos (6%) y equipamiento del hogar (4%).

Finalmente, sumando todos los componentes de la demanda comercial, el gasto generado en 2.003 ascendió a 101,558 millones de euros, de forma que la oferta comercial existente resulta insuficiente, sobre todo la de alimentación, para cubrir las necesidades de la demanda.

**La situación de desequilibrio comercial** se genera por el acelerado ritmo de crecimiento poblacional, la existencia de fuga de gasto hacia otros municipios, y, en algunos casos, por la falta de especialización de la oferta comercial y de oferta complementaria de ocio.

En este sentido, la revisión del PAC-San Vicente del Raspeig pretende determinar el modelo comercial más apropiado. En consecuencia, **las líneas de actuación que se plantean en la revisión del Plan de Acción Comercial de San Vicente del Raspeig van dirigidas a superar algunas debilidades y amenazas** detectadas como:

- Escasa centralidad comercial de San Vicente del Raspeig.
- Excesiva concentración del comercio de alimentación.
- Elevado porcentaje de gasto evadido.
- Aspectos urbanísticos mejorables como la señalética horizontal sobre calzada, poco visible debido al tráfico rodado; señalización urbana y

comercial escasa; mal estado de la pavimentación asfáltica, problemas de accesibilidad en los principales espacios urbanos de la zona Centro.

- Falta de posicionamiento comercial
- Falta de especialización del comercio.
- Ausencia de comercio globalizado.

### **Asimismo, pretenden reforzar las fortalezas y oportunidades:**

- Posicionamiento como ciudad universitaria.
- Crecimiento de la población por encima de las medias del Area Comercial y de la Comunidad Valenciana, que supone un constante crecimiento constante del gasto en comercio.
- Población joven.
- Ligerio comienzo de especialización en algunos ejes
- Ejes del centro histórico comercialmente consolidados.
- Buena percepción del comercio por parte de los residentes.
- Centro de Ocio Outlet-Park
- Desarrollo de nuevos ejes comerciales como vías de conexión y ejes que garanticen la articulación del comercio de las zonas tradicionales con las nuevas zonas de crecimiento.
- Creación de nuevas zonas comerciales: Zona Ancha de Castellar-Huerta-Agost-Villafranqueza para el desarrollo de nuevos ejes.

Las **cuatro líneas estratégicas** destacadas en el capítulo de propuestas recoge las siguientes acciones:

#### **1- Propuestas dirigidas a la modernización y adecuación de la oferta comercial de la ciudad mediante la dinamización del comercio del municipio.**

- Comprende un **diagnóstico de la imagen** de los establecimientos comerciales de los principales ejes comerciales y la implantación de



medidas de apoyo a la modernización de los establecimientos comerciales.

- **Acciones complementarias:** “Mercat al carrer de stocks y oportunitats”; campañas de promoción comercial, plan de formación, acciones de animación comercial.

## 2- **Orientación sobre las posibilidades de desarrollo de la oferta comercial para la consecución del equilibrio comercial.**

- Comprende **tres modelos posibles de desarrollo de la nueva oferta comercial** prevista en las zonas de expansión de los planes parciales Azorín y Almazara.
- **Determinación de nuevos ejes comerciales** para la relocalización de medianas superficies de alimentación: La Huerta, Vicente Savall, Pintor Sorolla-Ctra. Agust.
- **Captación de locomotoras comerciales.**

## 3- **Propuestas de adaptación y modernización de la gestión del mercado municipal.**

- Comprende un plan de marketing del mercado municipal de San Vicente del Raspeig: creación de imagen de marca, plan de dinamización y animación comercial.
- Captación de nueva oferta comercial complementaria.
- Especialización de la oferta comercial.
- Habilitación de servicios comunes.

## 4- **Propuestas de urbanismo comercial.**

- **Plan de accesibilidad y transporte:** que contemple la señalización urbana y comercial en los principales puntos de acceso a la población, en las principales vías distribuidoras de tráfico, en las zonas libres, en los principales ejes comerciales, en el centro urbano.
- **Mejora de ambientación urbana:** incrementar la calidad de los espacios comerciales de la ciudad y su entorno a través de proyectos de reurbanización de aceras y calzada y de dotación de mobiliario urbano y señalización urbana y comercial. **Los ejes comerciales prioritarios son: Libertad, Ancha de Castelar, Alicante, Doctor Fleming, Colón, Primero de Mayo, Pintor Picasso, Capitán Torregrosa, La Huerta, Vicente Savall, Mayor, Pintor Sorolla.**

La consecución de los objetivos de este estudio deben coordinarse, en la misma línea que se ha venido haciendo hasta ahora, mediante las reuniones periódicas de la Comisión Mixta de Seguimiento del Plan, en la que están representados todos los agentes del sector público y privado implicados en la ejecución de las propuestas planteadas.